



EDITORIAL
Institución Universitaria CESMAG

HORIZONTES

EMPRESARIALES

NOTA LEGAL

BOLETÍN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Boletín Horizontes Empresariales

Número VIII 2018

Se permite la citación de este texto nombrando la fuente.

© Institución Universitaria CESMAG
Carrera 20A 14-54, CP: 520002
Tel: +572 – 7216535 ext: 280 – 201
E-mail: goret@iucsmag.edu.co
Website: www.iucsmag.edu.co
San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

© Editorial Institución Universitaria Centro de Estudios Superiores María Goretti
Carrera 20A 14-54, CP: 520002
Oficina 201D, Edificio Holanda
Tel: +572 – 7216535 ext: 377-218
E-mail: editorial@iucsmag.edu.co
Website: www.iucsmag.edu.co/editorial
San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

© Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Carrera 20 A 14-54, CP: 520023
Oficina 214, Edificio Italia
Tel: +572 – 7216535 ext: 304
E-mail: cmsolarte@iucsmag.edu.co
Website: www.iucsmag.edu.co
San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

ISSN impreso: 2215-8308
ISSN electrónico: 2344-8342
DOI:10.15658/CESMAG18.11080106

Director: Sandra Lucia Bolaños Delgado

Coordinación y edición: Claudia Magali Solarte Solarte

Comité editorial:

Sandra Lucia Bolaños Delgado

Ernesto Javier Bastidas Mera

Gloria Alicia Rivera Vallejo

Sandra Lucia Goyes Erazo

Claudia Magali Solarte Solarte

Corrección de estilo:

Carlos Arcos Guerrero

Diseño y diagramación:

Lorena De la Cruz- septiembrestudio@gmail.com

Edición digital. Periodicidad: anual

Título abreviado

Horiz.empres.bol.fac.cienc.adm.contab

Hecho en Colombia

Made in Colombia

El pensamiento que se expresa en esta obra es responsabilidad exclusiva del autor o autores y no compromete la ideología de la Institución Universitaria CESMAG.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida totalmente y en partes por ningún medio mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, digital, fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial o sus autores.



CONTENIDO

P.10

Caso de estudio empresa Contactar ubicada en la ciudad de Pasto

*Angie Zuleyma Guerrero Guerrero
Johana Alexandra Tutistar
Oscar Fernando Sánchez Rodríguez
Claudia Magali Solarte Solarte*

P.30

Contaminación industrial ambiental en frontera y su impacto financiero, una preocupación de Responsabilidad social empresarial

*Luz Nayibe Arcos Castillo
Javier Villarreal Salazar
Diego Fernando David*

P.42

El lider Democrático

*Gloria Alicia Rivera Vallejo
Genys Patricia Rodríguez Hernández*

P.54

Importancia de la creación de las cooperativas escolares en las instituciones educativas del departamento de Nariño

Carmen Alicia Benavides Bastidas

P.65

Asociatividad en el cultivo y comercialización de cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo

Sandra Lucía Goyes Eraso

P.74

La responsabilidad social universitaria (RSU), una nueva política de gestión en las Instituciones de Educación Superior

Guillermo Javier Hidalgo Martínez

P.88

Una propuesta empresarial artística en el subsector de la industria manufacturera textil de Nariño

*Álvaro David Astorquiza Chamorro
Lina Marcela Cabrera Calderón
Lina Sofía Díaz Domínguez
Everth Camilo Estupiñán Hidalgo
Denise Alejandra Soto Rosero
Armando Paz Yaqueno*

P.95

El fortalecimiento financiero en el sector turístico del municipio de Túquerres como estrategia del componente social

*Luz Nayibe Arcos Castillo
Diego Fernando David Guerrero*

P.102

Análisis de los factores competitivos de las PYMES del sector marroquinero de la ciudad de San Juan de Pasto

*Bryan David Ceron Getial
Sandra Lucia Bolaños Delgado*

P.116

Impacto económico, social y ambiental en Colombia por el proceso de globalización

*Ana Lucía Casanova Guerrero
Armando Paz Yaqueno*

P.126

El talento humano como factor competitivo en el fortalecimiento de las organizaciones

*Diana Gicela Villota Ortega
Jinha Mauren Botina Mora*

P.136

Modelo contable Automatizado

*Deixy Ximena Ramos Rivadeneira
Carlos Andrés Pantoja Ruano
Chistian Camilo Córdoba Delgado
Darío Esteban Portilla Flórez
Dubbyer Alexis Caicedo Mora*

P.145

Cambios en la contabilidad gubernamental en tiempos de globalización

*Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Luis Alfonso Ruiz Parra*

P.159

Servicio y atención al cliente como factor de competitividad de las organizaciones

*Beatriz Jackeline Pulistar Suarez
Jairo Roberto Zambrano Hinestrosa*

P.169

Hacia unas organizaciones Más humanas y menos mecánicas

Luis Eduardo Benavides Pupiales

P.176

La enseñanza de la educación económica y financiera

*Genys Patricia Rodríguez Hernández
Gloria Alicia Rivera Vallejo*

P.186

De reforma En reforma

Ruby Cristina Miranda Julio

P.194

Las TIC como agregado clave en la contabilidad de las empresas del municipio de Túquerres, 2018

*Carlos Andres Pantoja Ruano
Deixy Ximena Ramos Rivadeneira*



01

Caso de estudio empresa

Contactar ubicada en la ciudad de Pasto

Angie Zuleyma Guerrero Guerrero ¹

Johana Alexandra Tutistar ²

Oscar Fernando Sánchez Rodríguez ³

Claudia Magali Solarte Solarte ⁴

RESUMEN

El artículo se deriva de la investigación en curso: plan de mejoramiento proceso gestión de bienes y servicios para la empresa contactar en la ciudad de Pasto. Uno de los propósitos es realizar un diagnóstico interno y externo para analizar la situación actual de la empresa Contactar, y que es el que se desarrollará en el artículo. La muestra objeto de estudio estuvo conformada por 20 funcionarios de la empresa y el Subdirector Administrativo. Se acogió el paradigma positivista, enfoque cuantitativo, método empírico-analítico y tipo de investigación descriptivo analítico. Se empleó como instrumento de recolección de información una encuesta a los funcionarios y una entrevista al Subdirector Administrativo. Así, en los resultados se muestra que la mayoría de los encuestados afirman que la misión de la empresa se encuentra en un lugar visible para que la puedan leer todos los empleados al igual que los clientes, así mismo, gran parte de los encuestados tienen conocimiento del reglamento interno de la empresa, y las funciones y tareas de los empleados dependen de otros departamentos de la organización. Como conclusión relevante se tiene que existe la necesidad de implementar un plan de mejoramiento en la empresa.

¹ Estudiante del sexto semestre del Programa de Tecnología en Gestión Financiera de la Institución Universitaria CESMAG. Correo: azgg30@gmail.com

² Estudiante del sexto semestre del Programa de Tecnología en Gestión Financiera de la Institución Universitaria CESMAG. Correo: alexa1109@live.com

³ Estudiante del sexto semestre del Programa de Tecnología en Gestión Financiera de la Institución Universitaria CESMAG. Correo: atubeoscarcatcher@gmail.com

⁴ Administradora de Empresas Institución Universitaria CESMAG, docente investigadora tiempo completo Facultad de Ciencias Administrativas y Contables Institución Universitaria CESMAG, correo: cmsolararte@iucsmag.edu.co

ABSTRACT

The article is derived from the ongoing research: improvement plan management process of goods and services for the company to contact in the city of Pasto. One of the purposes is to perform an internal and external diagnosis to analyze the current situation of the company Contact, and which is the one that will be developed in the article. The sample under study was made up of 20 employees of the company and the Administrative Subdirector. The positivist paradigm, quantitative approach, empirical-analytical method and type of analytical descriptive research were accepted. A survey of the officials and an interview with the Administrative Assistant was used as an information gathering instrument. Thus, the results show that the majority of respondents say that the mission of the company is in a visible place so that all employees can read it as well as customers, likewise, a large part of the respondents have knowledge of the internal regulations of the company, and the functions and tasks of the employees depend on other departments of the organization. As a relevant conclusion, there is a need to implement an improvement plan in the company.

Palabras clave: bienes, clientes, plan de mejoramiento, procedimientos, procesos, servicios.

Keywords: goods, customers, improvement plan, procedures, processes, services.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las organizaciones deben buscar la solución de los problemas referentes a la gestión empresarial, innovación y competitividad, con el fin de estimular su desarrollo y el crecimiento económico de la región.

Teniendo en cuenta la importancia y las exigencias del mercado, es necesario que las empresas desarrollen un plan de mejoramiento en los procesos de gestión de bienes y servicios, para mejorar los tiempos de atención a los clientes de la empresa en este caso Contactar ubicada en la ciudad de Pasto, tanto clientes internos, externos, proveedores, por cuanto administrativamente se detectan inconvenientes en estos procesos.

Para el desarrollo del plan de mejoramiento se debe realizar un análisis de la organización con el fin de identificar las falencias que se encuentran en ella, estableciendo objetivos que se pretenden alcanzar para dar solución a los diferentes problemas encontrados, además es necesario presentar un plan de acción que permita direccionar las diferentes actividades a desarrollar por la organización.

La empresa Corporación Nariño empresa y futuro Contactar inició como una comercializadora de cuero, posteriormente en 1991 se convierte en comercializadora de productos elaborados por las micro empresas regionales, a iniciativa del convenio CORPONARIÑO, GTS, FUNDACIÓN SOCIAL, CORFAS y ARTESANÍAS DE COLOMBIA, en el marco del plan nacional para el desarrollo de las microempresas.

Actualmente la empresa Contactar, carece de un manual de contratación que permita regular los procedimientos y actividades que se surten al interior de la organización a fin de garantizar el cumplimiento en los procesos de adquisición de bienes y servicios.

Según la información suministrada por uno de los colaboradores en la empresa, existen diferentes inconvenientes en la parte organizacional originando retraso en la atención oportuna de las necesidades, produciendo un mal manejo de las solicitudes que son el insumo para poder contratar.

Lo cual ocasiona problemas que se ven reflejados en otras áreas como contabilidad y tesorería para la ejecución de cada proceso, limitando el buen servicio y el potencial de la empresa en su actividad diaria.

La importancia de este manual radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización, mejorar el pago de proveedores, la rotación en tiempos competitivos de las solicitudes en las diferentes áreas, y consolidación de los procesos siendo más efectivos.

El objeto es establecer las condiciones para los procedimientos contractuales que debe adelantar la corporación, necesaria para la provisión de los bienes y servicios que permiten garantizar el cumplimiento de su misión, la contratación y adquisición de bienes y servicios, se deben efectuar buscando obtener condiciones favorables para contactar en materia de calidad, oportunidad, soporte, garantías y precios.

La investigación es fundamental en el hecho de que la micro financiera de créditos para el sector urbano y rural CONTACTAR no está capacitada y se desconoce la manera como llegar a cubrir las necesidades y requerimientos en tiempos competitivos como son las solicitudes de las áreas en general la contratación no acorde con las órdenes de importancia y el atraso en la facturación. Se ha visto la urgente necesidad de buscar nuevas estrategias de gestión para hacer crecer la institución.

Para CONTACTAR es de vital importancia sobresalir por su buen servicio y satisfacer las necesidades tanto de clientes internos como externos en lo cual muchas veces se ven afectados y hay mucha inconformidad sobre el servicio que el área de compras ofrece y también se ven afectadas otras áreas de la empresa ya que todas las solicitudes que se hacen de bienes y servicios no tienen una respuesta oportuna, y si se logra cumplir con el objetivo propuesto para esta área los funcionarios realizarán de manera favorable y sin contratiempo todas las actividades, mejorando así su eficiencia y efectividad en la calidad de la prestación de sus servicios a los usuarios.

Evolución del sector financiero en Colombia

El sector financiero en Colombia ha evolucionado y está ligado a la sociedad y economía durante más de doscientos años de independencia. Se observa que el punto de partida desde la época colonial hasta llegar hoy en día ocurrieron grandes cambios y modificaciones ofreciendo avanzada tecnología al servicio de los usuarios. De acuerdo a Ballesta, L. y Nieto, A. (2015):

En 1833, una ley consideró que la actividad bancaria formaba parte de la comercial; en 1839, Judas Tadeo Landinez constituyó en Bogotá un establecimiento mercantil y financiero que un par de años más tarde se convirtió en una compañía de "giro y descuento" dando lugar a la primera bancarrota en la historia de Colombia.

La economía comenzó a vincularse con el extranjero a través de las exportaciones agrícolas, además se implantó el modelo conocido como de "banca libre". En 1870 se creó el Banco de Bogotá y en 1874 el Banco de Colombia. En 1923 la misión Kemmerer desemboca en el Banco de la República. En 1923 se creó, también, la Superintendencia Bancaria. En 1928 se crea la Bolsa de Bogotá. En los años treinta, se crearon la Caja de Crédito Agrario Industrial y Minero y el Banco Central Hipotecario (p. 7).

En la primera mitad de los años cincuenta en el sector financiero Colombiano se fundaron los bancos estatales como son: el Popular, el Ganadero y el Cafetero. Y unos años más tarde aparece el sistema UPAC y entidades como Davivienda, Granahorrar, Concasa, Conavi, Corpavi, Colpatria, Colmena o Ahorramás.

En lo referente a la evolución del sector financiero en el Departamento de Nariño, en los últimos años se puede afirmar que inicia un proceso de madurez en donde múltiples actores convergen a un segmento anteriormente desatendido debido al grado de informalidad. Este sector logra la participación de entidades públicas y privadas en pro de facilitar el acceso a los servicios financieros a zonas apartadas y en algunos casos excluidos de la bancarización. Escobar, D. (2015) afirma que:

En 1995 se da inicio a los servicios de microcrédito del sector urbano, para lo cual el convenio Corponariño – GTZ entregó un Fondo en Administración a diversas micro financieras donde empiezan las alianzas para la generación de activos y el desarrollo territorial de Nariño, cofinanciado por la Fundación Ford y en alianza con la Agencia de Desarrollo Local se implementó la metodología crediticia grupal: solidaria, asociativa y bancos comunales.

Adicionalmente se ha establecido asesoría técnica para el fortalecimiento de la metodología de bancos comunales por TSG y posteriormente AECOM con recursos financiados de USAID, con el proyecto Semilla III. Desde el año 2012 hasta el 2017 varias micro financieras han ampliado la cobertura a varios municipios por otra parte diferentes entidades financieras nacionales y extranjeras han encontrado en el Departamento de Nariño el espacio ideal para instalarse con epicentro la ciudad capital San Juan de Pasto.

En la página de la empresa Contactar (2017), se describe que fue creada en 1991 como comercializadora de productos elaborados por las microempresas regionales, por iniciativa de CORPONARIÑO, FUNDACIÓN SOCIAL, CORFAS Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA.

En 1994 se creó el Centro de Desarrollo Productivo del Cuero CDP, el cual se desmontó en 1998. Los servicios financieros son el eje fundamental de la entidad, sin excluir el apoyo integral a las pequeñas unidades de negocios, mediante alianzas inter institucionales y un modelo de desarrollo humano sostenible con enfoque regional. Después de los estudios realizados gracias a un trabajo en equipo, la empresa CONTACTAR a lo largo de su trayectoria refleja las oportunidades, responsabilidad y transparencia en los productos y servicios microfinancieros prestados; Establece alianzas estratégicas con las entidades con las cuales darán fortalecimiento para la micro financiera, una entidad que prioriza su objetivo fundamental en el sector rural para poder contribuir a mejorar las condiciones de vida de sus clientes.

En 1995 se da inicio a los servicios de microcrédito del sector urbano, para lo cual el convenio Corponariño – GTZ entregó un Fondo en Administración. Solo en junio del 2003, los recursos de este Fondo ingresaron al patrimonio de Contactar por mandato del Convenio binacional.

En el 2000 se enfatiza en servicios micro financieros rurales; para el año 2006, con el apoyo del Proyecto SEMILLA I: Alianzas para la Generación de Activos y el Desarrollo Territorial de Nariño, cofinanciado por la Fundación Ford y en alianza con la Agencia de Desarrollo Local se implementó la metodología crediticia grupal: solidaria, asociativa y bancos comunales.

En 2008, con el proyecto SEMILLA II: Modelo Territorial de Desarrollo Económico Rural con Inclusión Social, se viene impulsando el Programa de Educación Financiera orientada al manejo de la deuda y al incentivo al ahorro, para capitalización, creación y fortalecimiento de fondos auto gestionados, preferentemente en organizaciones del sector rural.

En 2010 hace apertura de oficina en los municipios de Puerres, Puerto Asís y Guachucal. Se formula el plan estratégico 2010-2015. También realiza alianza con Sura para ofrecer el Seguro Voluntario de vida, adicional al seguro de deudores y se fortalece la metodología de bancos comunales con el apoyo de TSG y posteriormente AECOM. Para el 2011 Se abren oficinas en Pasto Centro, Consacá, Gualmatán y en el Departamento del Huila en los municipios de Pitalito y Garzón.

Desde el año 2012 hasta el 2017 se amplió la cobertura a los municipios de Campoalegre, La Plata, Neiva, La Argentina, Saladoblanco, Isnos, San Agustín, Pitalito (segunda sede) y Guadalupe en Huila, Tuquerres, Ipiales (segunda sede), Pasto (tercera sede), Sotomayor, Iles y Guaitarilla en Nariño y en Tolima a Guamo, Ortega, Chaparral, Coyaima, Cajamarca, Rovira, Ibagué, Purificación, Líbano y Fresno.

En el 2017 cuenta con 52 oficinas al servicio de sus clientes en 4 departamentos de Colombia. En este año CONTACTAR celebra sus 26 años de vida institucional, como corporación líder en las micro finanzas, con reconocimiento a nivel nacional e internacional, por su énfasis en el trabajo con los microempresarios rurales y en gestión de desempeño social.

Teniendo en cuenta que es necesario realizar un plan de mejoramiento, se debe analizar teorías relacionadas como Diagnóstico Empresarial, en la cual Flor, M. (2013) lo define como:

El resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos, gracias a este tipo de diagnóstico permite conocer una empresa conocer su actual situación sus ventajas, desventajas, y los problemas que surgen dentro de ella y lo que impide su crecimiento interno, porque hay falencias dentro de las áreas, donde muchas veces no permite realizar las actividades a tiempo y detectar los principales problemas desde la raíz y porqué se generan, y así poder buscar la solución de una manera clara y rápida sin afectar la actividad que se realiza en ella, para así poder enfocar el esfuerzo y el trabajo que cada persona realiza dentro de ella sin perder tiempo o recursos.

Así mismo, Fred, D. (2008) expresa que:

Cuando se trata de hacer un análisis del entorno interno se debe tomar en consideración ciertas áreas como la administración, marketing, finanzas, contabilidad, producción y operaciones, donde las Tics gerenciales representan las operaciones esenciales en la mayoría de los negocios y la cuales siempre están a la vanguardia; como la auditoria de la administración estratégica con la que una empresa siempre debe contar, la cual puede diagnosticar si gozan o no de salud, muchas compañías tienen la idea de que ser evaluadas solo en el producto o desempeño final es suficiente, siendo que los controles paralelos a la acción pueden prevenir y no corregir, esta puede ser una herramienta que genera ventajas competitivas frente al oponente y las metodologías sistemáticas para realizar evaluaciones sobre las fortalezas y debilidades que no estén bien desarrolladas,

pero si deben ser consideradas para soportar la estrategia donde día a día está en constante control, verificando que se cumplan o no los procedimientos que todos los papeles estén bajo los parámetros que cada actividad indica y si falta algo se siga con un actual proceso disciplinario, para que así las cosas funcionen bien y permita que la empresa crezca y no desfallezca y para que los empleados también realicen bien su trabajo.

Serna, H. (2017) afirma que:

La organización puede considerarse como un organismo con relaciones recíprocas con su entorno. El medio de una organización es la fuente de sus oportunidades y amenazas. En ese medio en que se mueve la empresa se encuentran “nichos” que se ajustan particularmente bien a los productos, servicios y capacidades que ofrece y que puede satisfacer o no ciertas necesidades. Igualmente, se deben identificar los elementos que pueden ser nocivos e incluso destructivos las cuales provienen de un medio externo y puede ser dañinos para las organizaciones. En consecuencia, una planeación exitosa requiere del análisis de un entorno externo que está cambiando en forma constante y turbulenta. El medio en el que se mueven las empresas, el factor determinante para el éxito o fracaso es la habilidad para enfrentar oportunamente en forma dinámica y acelerada los desafíos de cambio; entre ellos: los cambios de gusto del consumidor, las condiciones políticas, de la estructura del mercado, así como los tecnológicos; siempre en una empresa se debe analizar el entorno externo porque de ello depende que esta también crezca se desarrolle satisfactoriamente porque estamos en un mundo que día a día está cambiando, salen nuevas cosas, los consumidores cambian constantemente de gustos les gusta mucho la innovación, el ambiente porque siempre un consumidor interno y externo va preferir la comodidad y lo principal y que no se queda atrás son la fuertes amenazas que siempre se presenta como lo es la competencia que siempre va querer están adelante y sobresalir a como dé lugar y lo consumidores siempre harán comparación entre productos o servicios bien sea por calidad, precio o servicio.

Según Pérez, J. y Merino, M. (2016) el diagnóstico organizacional es:

Una actividad vivencial que involucra a un grupo de personas de una empresa o institución interesadas en plantear soluciones a situaciones problemáticas o conflictivas, sometiéndose a un auto-análisis que debe conducir a un plan de acción concreto que permita solucionar la situación problemática. Las bases del Diagnóstico Organizacional es que al igual que las personas, las empresas o instituciones deben someterse a exámenes periódicos para identificar posibles problemas antes de que éstos se tornen graves..

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se utilizará el paradigma positivista, que de acuerdo al planteamiento de Quijano V., A. (2009):

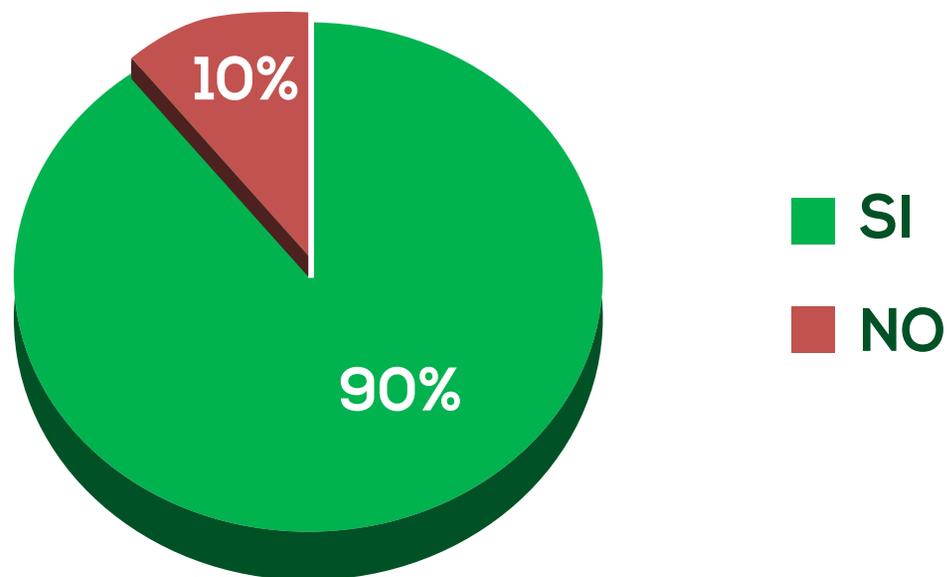
Se considera una realidad objetiva, se puede conocer a través de la observación, la experimentación y la razón para luego formular, a través del método inductivo, leyes generales que permiten relacionar las causas con sus efectos y explicar los fenómenos observados, verificándose luego de manera empírica dichas leyes (p. 76).

El enfoque es cuantitativo, por cuanto Hernández, J. et al. (2003) afirman que: “usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” (p. 6).

El método es empírico-analítico, el tipo de investigación es descriptiva, a través de éste se detallan propiedades, características y perfiles de personas, objetos, procesos o fenómenos que se someten a análisis para recolectar, medir y evaluar datos sobre diversos conceptos, llamados variables de investigación.

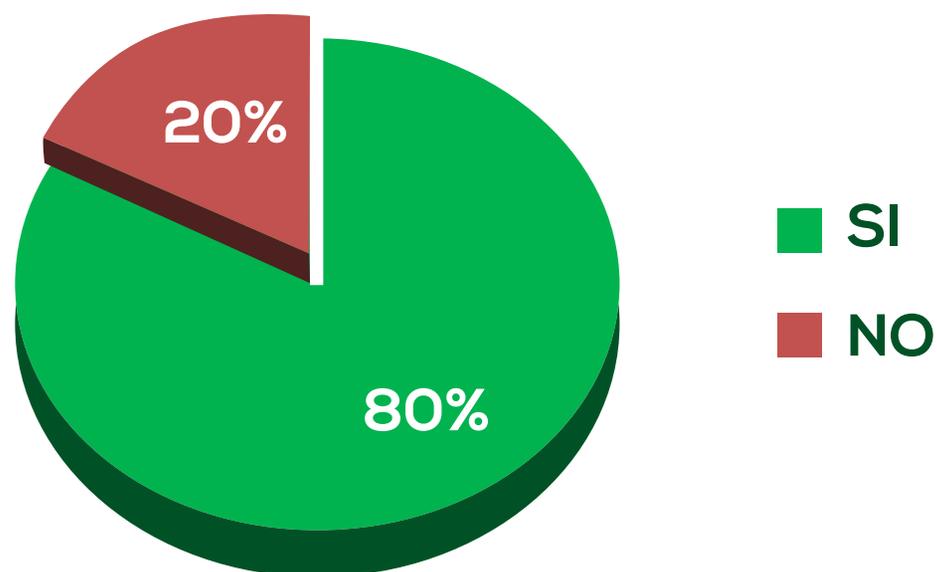
La población objeto de estudio son las personas que tiene relación con el área de compras y/o adquisición de bienes y servicios y contratación donde se cuenta con 20 personas, a los cuales se les aplicó una encuesta enfocada a la estructuración del área para evidenciar las falencias que se encuentren y al Subdirector Administrativo, se le aplicó una entrevista estructurada. Esta misma se convirtió en la muestra.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



Del 100% de los funcionarios encuestados de la empresa CONTACTAR el 90% afirman que la misión y visión se encuentra en un lugar visible a la entrada de la empresa para que la puedan leer todos los empleados de la empresa al igual que los clientes, mientras el 10% de los encuestados consideran que no se encuentra en un lugar visible porque tal vez pasa desapercibida o no se han detenido a leerla.

Figura 1. Localización de la misión y visión dentro de la empresa



Del 100% de los funcionarios encuestados de la empresa CONTACTAR, el 80% tienen conocimiento del reglamento interno de la empresa ya que es uno de los principales deberes de la empresa cuando algún empleado recibe su cargo dar a conocer dicho reglamento para que más adelante no se genere ningún inconveniente y porque para la empresa es un documento de vital importancia que debe ser conocido por todos. El 20% de los funcionarios dicen no conocer el reglamento, porque tal vez en su proceso de capacitación no estuvieron atentos o porque tal vez no están de acuerdo con alguna de las normas que está estipulada en el reglamento.

Figura 2. Conocimiento del reglamento interno de la empresa

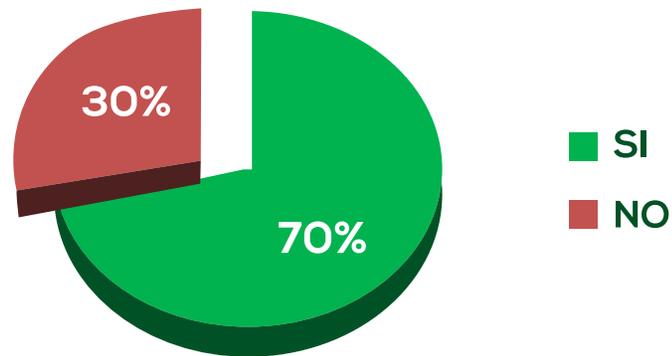


Figura 3. Funciones y tareas que dependen de otros departamentos de la empresa

Del 100% de los funcionarios encuestados de la empresa CONTACTAR, el 80% tienen conocimiento del reglamento interno de la empresa ya que es uno de los principales deberes de la empresa cuando algún empleado recibe su cargo dar a conocer dicho reglamento para que más adelante no se genere ningún inconveniente y porque para la empresa es un documento de vital importancia que debe ser conocido por todos. El 20% de los funcionarios dicen no conocer el reglamento, porque tal vez en su proceso de capacitación no estuvieron atentos o porque tal vez no están de acuerdo con alguna de las normas que está estipulada en el reglamento.

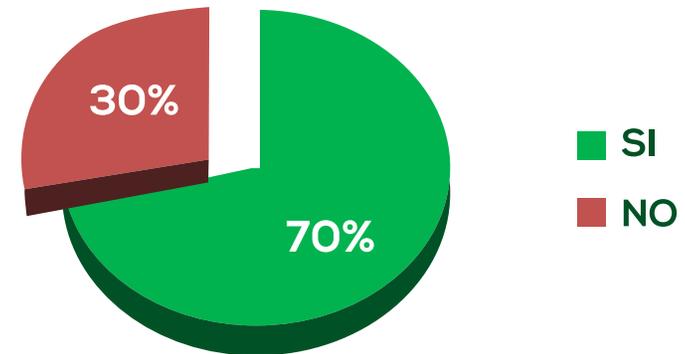


Figura 4. Comunicación con otros departamentos

Del 100% de los funcionarios encuestados de la empresa CONTACTAR el 70% tiene buena comunicación con los demás departamentos porque están en contacto con sus compañeros y colaboradores para abordar una gran cantidad de cuestiones tales como: resolver problemas, asignar tareas, revisar avances de proyectos, dar y recibir retroalimentación acerca del desempeño, entre otras actividades. El 30% de funcionarios encuestados dicen no tener muy buena comunicación con los demás departamentos, tal vez porque solo quieren estar al tanto de su área y no ser molestados con detalles o información de otros temas.

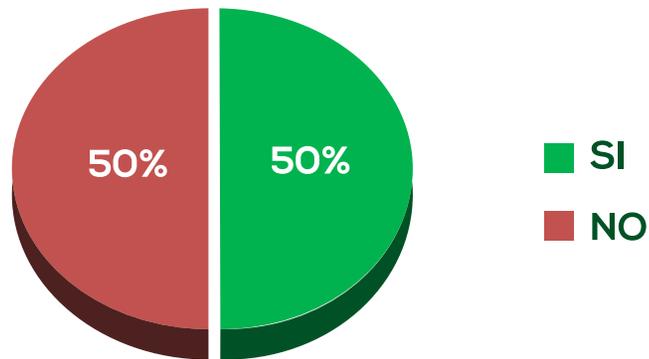


Figura 5. Personas que hacen parte de la toma de decisiones del departamento

El 50% de los funcionarios encuestados de la empresa CONTACTAR afirman que, si hacen parte de la toma de decisiones del departamento, ya que es un compromiso y responsabilidad para dar su opinión, además porque tienen conocimiento acerca de su departamento, y el otro 50% de los funcionarios encuestados dicen no hacer parte de la toma de decisiones de su departamento, tal vez porque creen que las decisiones solo deben ser tomadas por una persona competente en diversos ámbitos.

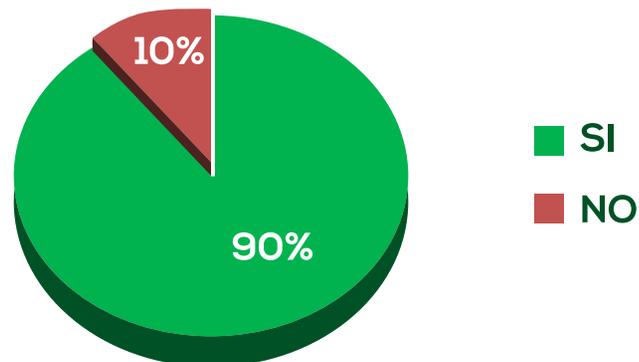


Figura 6. Respuesta oportuna a los compromisos y labores que requiere su puesto de trabajo

El 90% de funcionarios encuestados de la empresa CONTACTAR si responden oportunamente a los compromisos y labores que requiere su puesto de trabajo ya que deben cumplir con ciertos atributos en su labor. El 10% de los funcionarios encuestados no responden oportunamente a los compromisos y labores ya que tienen algunos inconvenientes en su proceso de trabajo.

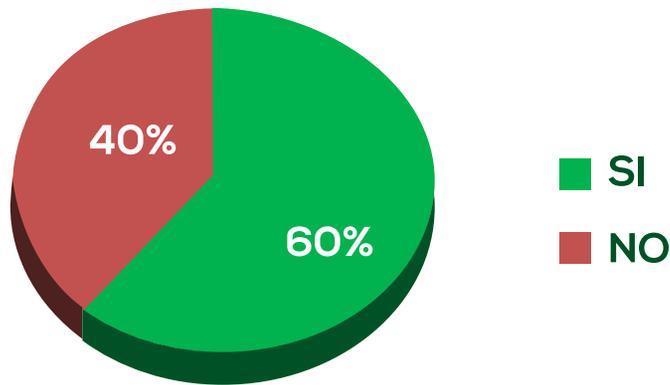


Figura 7. Funciones o tareas se ven afectadas algunas veces por contratiempos que se presenta por los otros departamentos de la empresa

Se puede inferir que el 60% de los encuestados se ven afectados por situaciones en sus funciones laborales que detienen la trazabilidad del proceso a seguir y pausa la debida continuidad, mientras que un 40% afirma no estar afectados por contratiempos que se puedan presentar, lo que permite inferir la importancia de la toma de decisiones de los líderes del proceso para la libre ejecución y funcionamiento de la empresa.

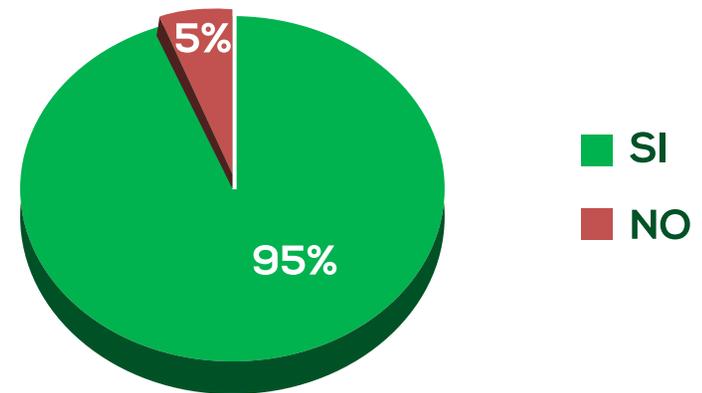


Figura 8 . bjetivos y metas alcanzadas

Se puede inferir que el 95% de los encuestados afirma que si ha sido posible alcanzar los objetivos propuestos para poder generar un mejor bienestar tanto personal como profesional. Aunque un 5% carece de esa consideración positiva es un margen menor.

Tabla 1
Análisis de encuesta al Gerente

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1. ¿Con cuál de las siguientes palabras usted se identifica con la misión?	a. Mejoramiento continuo	Va encaminado a obtener en conjunto las acciones dirigidas a obtener la mayor calidad posible de los colaboradores, productos, servicios y procesos.
2. ¿Cuál de los siguientes aspectos se relacionan con la visión de la empresa?	c. Satisfacción de los clientes	Es lo que refiere la norma ISO 9001 que es satisfacer las necesidades de los clientes y superar las expectativas.
3. ¿Cuáles son los planes estratégicos más efectivos para impulsar el servicio de los trabajadores de la empresa?	Existe un plan estratégico Corporativo fijado para los años 2017 -2020	Va dirigido hacia el mercado sobre el cual se pretende competir de manera estratégica y organizada, por medio del cual se formule la visión, la misión, valores corporativos y objetivos
4. ¿Cómo se incentiva al personal de la empresa?	Con salarios justos, pago oportuno, capacitación continua, estabilidad laboral.	Radica especialmente en la motivación, reconociendo al trabajador como una persona eficiente y capaz; hace una gran diferencia en el desempeño de los colaboradores alcanzando aspectos positivos.
5. ¿Cómo es la estructura organizacional de la empresa?	Es jerárquica	Es decir, está conformada por procesos estratégicos que proporcionan la subordinación de las gestiones de cada área.
6. ¿Cuáles son los aspectos positivos?	Que existe una jerarquía en cuanto a los cargos lo que permite que haya organización, equilibrio de cargos laborales, que no haya anarquía y exista control.	Va dirigida a que la estructura jerárquica debe ser sólida, que brinde plena confianza y estabilidad laboral resultado de acertada toma de decisiones por parte de la dirección general de la entidad

CONCLUSIONES

La empresa CONTACTAR cuenta con personal comprometido en la mejora continua garantizando la satisfacción de los clientes internos y externos.

Además, es una organización sólida conforme a disposiciones de auditoría interna y externa en planificación, implantación, reporte, acción correctiva y seguimiento.

También presenta una excelente calidad de los productos, servicios y atención al cliente.

Existe la necesidad de incrementar la planta de personal.

Se debe realizar un plan de mejoramiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ballesta Acosta, L. y Nieto Causil, A. (2015). Evolución del sistema financiero colombiano. (Tesis de especialización, Universidad de Cartagena). Recuperado de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2710/1/EVOLUCION%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO%20COLOMBIANO.pdf>

Contactar (2017). Recuperado de <https://www.contactarpasto.org/index.php/micro-creditos-conocenos-contactar>

Escobar, D. (2015). El sector financiero en los últimos años en el departamento de Nariño. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Narino2015.pdf.

Flor, M. (2013). Organización y Procesos Empresariales. Recuperado de <http://www.etp.com.py/fichaLibro?bookId=69218>

Fred R., D. (2008). Conceptos de administración estratégica. Recuperado de [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/3.%20David,%20F.%20\(2008\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/3.%20David,%20F.%20(2008).pdf)

Hernández, et al. (2003). Enfoque cuantitativo. Recuperado de <http://Espacio-virtual.wordpress.com-11-08-2007>.

Pérez P., Julián y Merino, M. Diagnóstico externo. Recuperado de <http://diagnostico-externo/>.

Serna G., H. (2017). La mediana empresa diagnóstico estratégico. Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/analisis-externo-opportunidades-y-amenazas/>

Quijano V., A. (2009). Guía de investigación cuantitativa. Pasto : I.U.CESMAG

02

Contaminación industrial ambiental en frontera y su impacto financiero, una preocupación de Responsabilidad social empresarial¹

Luz Nayibe Arcos Castillo²

Javier Villarreal Salazar³

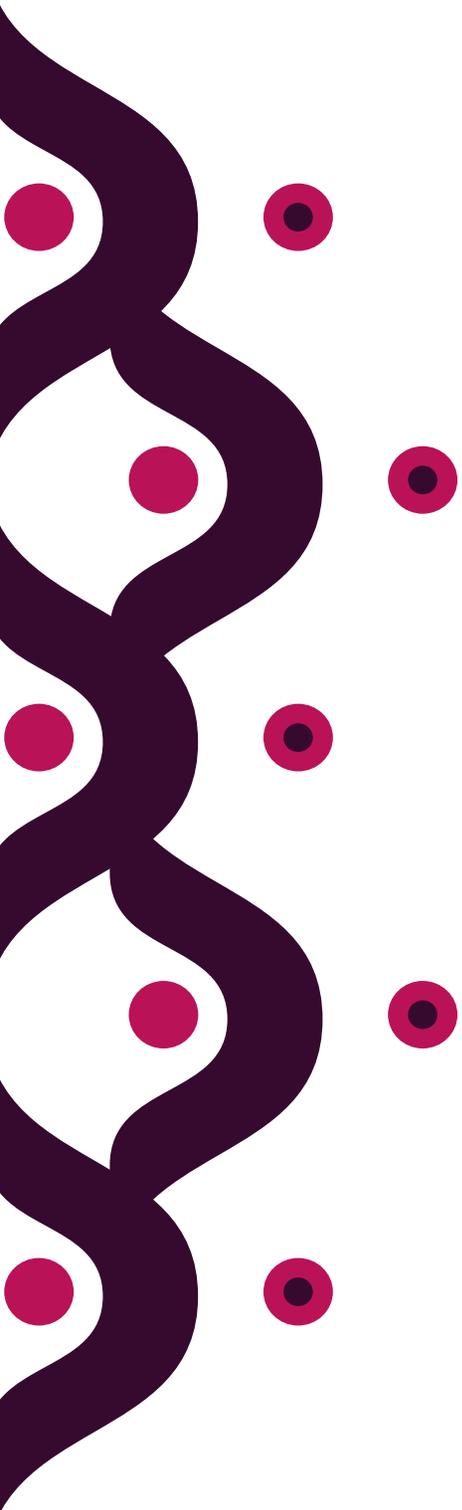
Diego Fernando David⁴

RESUMEN

La contaminación ambiental es una preocupación de todos los países, por lo tanto, Colombia y Ecuador no son ajenos a éste fenómeno de control ambiental, convirtiéndose en un compromiso de conservación de los ecosistemas existentes en la regiones, los países deben estar atentos en la búsqueda de aunar esfuerzos que garanticen la responsabilidad social empresarial de las empresas industriales que se encuentran explotando sus actividades económicas en la frontera, con compromisos sociales medio ambientales y éticos, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Es por ello importante identificar el impacto que generan las industrias existentes en los países fronterizos al explotar sus actividades económicas, para poder tomar acciones correctivas que garanticen el cumplimiento de los ejes de responsabilidad social empresarial basados en la observancia normativa, la generación de mayor productividad, la satisfacción de necesidades, la credibilidad con una postura de trabajo activo en torno al impacto de sus operaciones en la búsqueda del desarrollo sostenible y sustentable.

- 1 Artículo derivado de las investigaciones Contabilidad ambiental, Grupo de investigación Luca Paccioli Institución universitaria CESMAG; Contabilidad ambiental UPEC y Fortalecimiento contable administrativo y financiero. Grupo de investigación SINERGIA Institución Universitaria CESMAG
- 2 Magister en gestión de la tecnología educativa UDES; Especialista en gestión de la informática educativa UDES; Especialista en administración y Gerencia Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. Director y docente investigador Adscrito al Grupo Luca Paccioli IU CESMAG. Correo electrónico:lnarcos@iucsmag.edu.co.
- 3 Magister en Gerencia empresarial con mención en Marketing Universidad tecnológica de América; Magister en Gerencia Empresarial con mención en gestión de proyectos Escuela Politécnica Nacional; Adscrito a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Correo electrónico:Fernando.villarreal@upec.edu.ec
- 4 Magister en gerencia Financiera UNIMAR; Maestrante en gestión de la tecnología educativa UDES, Especialista en gestión de la informática educativa UDES; Especialista en gerencia tributaria UNIMAR . Director y docente investigador Adscrito al Grupo SINERGIA IU CESMAG. Correo electrónico: dfdavid@iucsmag.edu.co.



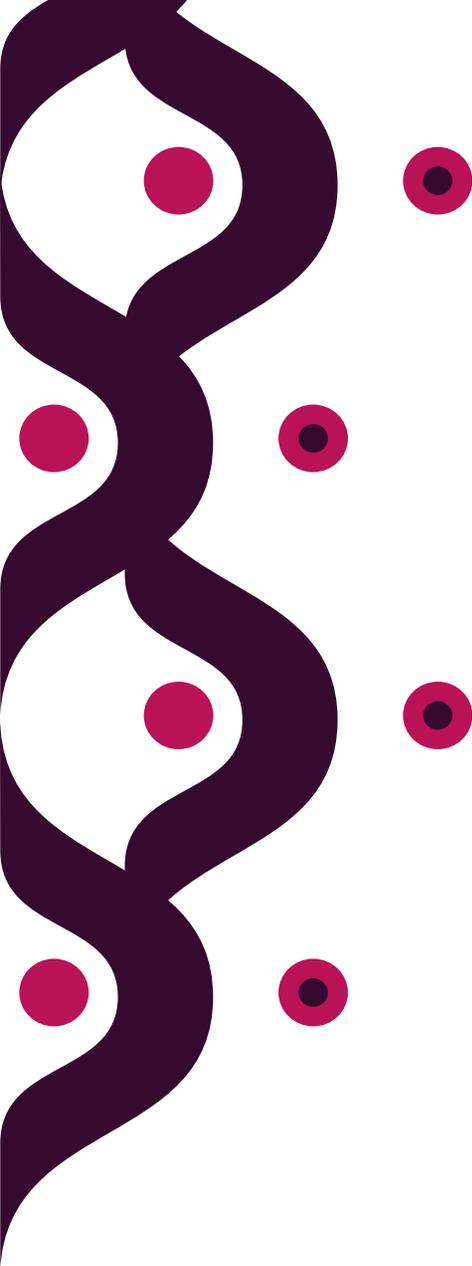
ABSTRACT

Environmental pollution is a concern of all countries, therefore Colombia and Ecuador are not alien to this phenomenon of environmental control, becoming a commitment to the conservation of existing ecosystems in the regions, in search of joining forces to guarantee the responsibility social enterprise of the industrial companies that are exploiting their economic activities in the border, with social, environmental and ethical commitments in order to contribute to the improvement of the quality of life of the people.

It is therefore important to identify the impact generated by existing industries in bordering countries when exploiting their economic activities, in order to take corrective actions that guarantee compliance with corporate social responsibility axes based on regulatory compliance, generation of greater productivity, the satisfaction of needs, the credibility with an active working posture around the impact of its operations in the search for sustainable and sustainable development.

Palabras clave: contaminación ambiental, responsabilidad social empresarial

Keywords: environmental pollution, corporate social responsibility



INTRODUCCIÓN

Conocer el impacto ambiental en las zonas de frontera causado por la explotación de actividades industriales, conlleva a tener una conciencia de protección y compromiso social de una manera ética, responsable, buscando siempre alternativas con decisiones empresariales que garanticen la supervivencia de los diversos ecosistemas existentes en los entornos organizacionales. En éste artículo se hace la presentación de los tipos de contaminación provocados por la realización de las diversas actividades industriales efectuadas en frontera, tanto en la ciudad de Pasto, cómo en el cantón de Tulcán, con el fin de que las empresas empiecen a reflexionar sobre sus compromisos y su responsabilidad social empresarial e inferir sobre las principales problemáticas ambientales que se suscitan en frontera. El mundo empresarial en las últimas décadas está atravesando un momento histórico de crecimiento industrial y tecnológico que ha ocasionado crisis en la ecología. Garrido et al. (2007) manifiesta que la industria provoca impactos ambientales tales como: el efecto invernadero, el agujero de la capa de ozono, la contaminación de las aguas, la deforestación, la sobreexplotación y el agotamiento de los recursos hídricos, la contaminación atmosférica, la lluvia ácida, la erosión, entre otros fenómenos a diferentes escalas. De igual manera Ramírez (2006) manifiesta que el mundo se encuentra en crisis ecológica que se evidencia en las pequeñas poblaciones.

MATERIAL Y MÉTODOS

Tipo de investigación

Los procesos investigativos se enmarcan dentro del estudio exploratorio de tipo descriptivo con la aplicación del mismo instrumento en la zona de frontera objeto de estudio, con el fin de identificar los tipos de contaminación que provocan las empresas industriales tanto en la ciudad de Pasto como en el cantón de Tulcán. Es descriptivo porque se hizo una recolección de información y se determina características propias del sector objeto de análisis en un momento específico.

Instrumento

Se diseñó como instrumento una encuesta que permitió obtener información relacionada con el tipo de impactos que generan al explotar las actividades industriales y la tabulación respectiva para un análisis estadístico.

Población y muestra

El estudio se realizó tanto en la ciudad de Pasto (Colombia), cómo en el Cantón de Tulcán (Ecuador), con poblaciones finitas de empresas industriales registradas en Cámara de comercio (Pasto) y el Servicio de Rentas Internas (Tulcán), con poblaciones finitas de 1557 industrias registradas en Pasto y 327 industrias registradas en Tulcán. Aplicando las técnicas de muestreo estadístico se aplicó el instrumento de recolección de información a 308 industrias en Pasto y 119 industrias en el Cantón de Tulcán, quienes forman la muestra de este proyecto de investigación.

Resultados

Se realizó 308 encuestas en la ciudad de Pasto y 119 encuestas en el Cantón de Tulcán, obteniendo información significativa que permitió establecer los escenarios ambientales adversos más relevantes.

Tabla 1 Tipos de contaminación ambiental industrial en el Municipio de Pasto

RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
La contaminación atmosférica	74	24%
La contaminación acústica	71	23%
La contaminación hídrica	65	21%
La contaminación del suelo	43	14%
La contaminación visual	22	7%
La contaminación térmica	18	6%
La contaminación electromagnética	15	5%
TOTAL	308	100%

En el municipio de Pasto se refleja que fruto de realizar la producción industrial el 24% de ellas genera una contaminación atmosférica debido a los diversos procesos productivos de combustión que provocan un deterioro en la calidad del aire por la emisión de gases y material particulado, de igual manera el 23% de las industrias forja una contaminación acústica, por la utilización de herramientas, maquinarias que sobrepasan los decibeles permitidos, el 21% de las empresas industriales contaminan las fuentes hídricas fruto de los desechos que se originan en las industrias y que constituyen una fuente de contaminación elevada, el 14% de la contaminación es al suelo y en menores proporciones están reflejadas en contaminaciones visuales en un 7%, la contaminación térmica es un 6% y en un 5% se considera la contaminación electromagnética.

Tabla 2 Tipos de contaminación ambiental industrial en el Cantón de Tulcán

PREGUNTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contaminación Visual	28	12 %
Contaminación auditiva	49	21 %
Contaminación de basuras y escombros	54	23%
Contaminación Atmosférica	25	11 %
Contaminación del suelo	28	12 %
Contaminación lumínica	14	6%
Contaminación de aguas	31	14%
Contaminación radioactiva	3	1 %
TOTAL	232	100%

En la tabla 2 se puede identificar que la contaminación por escombros y basura es un problema que salta a la vista con un 23% ya que los efectos negativos que pueden causar son preponderantes debido a que la mayoría de las actividades que desarrolla el ser humano generan basura orgánica e inorgánica, emanando gases que afectan al ser humano y la productividad en diferentes procesos, seguido por la contaminación auditiva con un 21%, su problema sería la falta de cumplimiento de las normas de seguridad y de las leyes medioambientales, la contaminación de aguas con un 14%, la contaminación visual y del suelo con un 12% su alteración pone en peligro el ecosistema, la contaminación atmosférica con un 11% seguida por la contaminación lumínica con 6% y la contaminación radioactiva con el 1%.

DISCUSIÓN

El objetivo de este artículo es identificar los principales problemas ambientales que se suscitan en frontera y la responsabilidad social empresarial que deben tener las empresas en el momento que hacen una explotación económica, en la búsqueda del equilibrio ético con la sociedad y conservación de los ecosistemas medioambientales, con prácticas que garanticen la competitividad y sostenibilidad.

Para el logro de una responsabilidad social empresarial en materia ambiental, las empresas deben considerar el conjunto de reglamentos, normas que las rigen, las diversas actividades que se realizan en forma directa e indirecta, deben reconocer las estructuras organizacionales y de ésta manera responder a las diversas necesidades de los grupos de interés con el fin de focalizar las acciones en pro del desarrollo sostenible y sustentable de las organizaciones.

La siguiente es la herramienta de responsabilidad social empresarial creada con el propósito de ayudar a las empresas a definir las áreas de acción, priorización de políticas con valores y transparencia para incidir en los diversos campos de acción empresarial industrial y en toda su cadena productiva.



Figura 1. Pirámide de responsabilidad social empresarial (industrial, 2014)

Fuente: www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/07/15/la-piramide-de-rse

En frontera se tiene una normativa ambiental pero que en la mayoría de las empresas no se da cumplimiento a toda la legislación que debe aplicarse, como medidas para evitar cualquier riesgo de contaminación ambiental a pesar de que existe un marco institucional y de gestión ambiental fronteriza que ayuda a una cooperación binacional en el manejo de medio ambiente, para tener una responsabilidad compartida que incentive la búsqueda de soluciones conjuntas.

En cuanto al desarrollo de la persona, en las organizaciones industriales fronterizas cuentan con un número representativo de trabajadores necesarios para el desarrollo de las actividades productoras, pero que carecen de procesos de capacitación, tecnología y buenas prácticas de condiciones de protección ambiental, con un esquema empresarial industrial de 1557 industrias registradas en el municipio de Pasto y 327 en el Cantón de Tulcán

La proyección familiar de los trabajadores vinculados en las empresas industriales de frontera es el esfuerzo que ellos generan dentro de las organizaciones para el sustento de sus grupos familiares y no se realizan acciones de refuerzo con las familias.

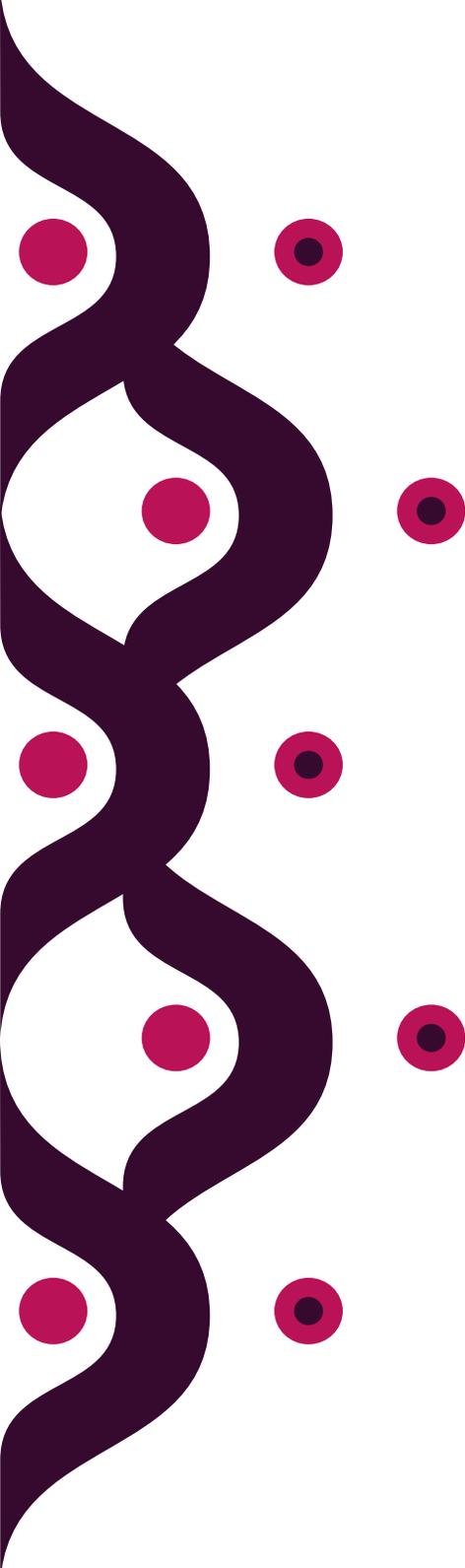
La proyección comunitaria para la articulación de alianzas es mínima, sin procesos de gestión con objetivos y metas comunes y acciones estratégicas con visiones de buenos vecinos corporativos fronterizos

La participación en el diseño y ejecución de políticas públicas de gestión ambiental, por parte de las industrias de frontera Colombo - Ecuatoriana es precaria y no está garantizando la protección del medio ambiente y el compromiso como seres humanos.

La gestión ambiental una alternativa de responsabilidad social y su impacto financiero empresarial

En las empresas industriales fronterizas se deben formular estrategias que estén encaminadas a lograr un ambiente sustentable y sostenible con mucho contenido social, buscando siempre la reducción de aspectos contaminantes, bajo una administración eficiente y eficaz para garantizar una mayor calidad de vida de los habitantes del entorno del desarrollo de sus actividades, con cambios de paradigmas tradicionales y evaluaciones periódicas que incentiven la producción limpia, el uso adecuado de los diversos recursos, el aprovechamiento de recursos que se van a reflejar en los aspectos financieros y económicos de las empresas.

Para considerar una responsabilidad social empresarial en materia ambiental se debe establecer aspectos financieros que permitan medir, evaluar y generar una información fiable y verificable de los diversos aspectos medioambientales, con indicadores que influyen en la efectiva toma de decisiones y en las condiciones financieras organizacionales que pueden traer consigo beneficios positivos, generación de valor, resultados favorables económicos – financieros, basados en una planeación estratégica financiera.



Un enfoque de gestión ambiental financiero según (Schaltegge, 1998) consiste no sólo en determinar el dinero a invertir en la protección del medio ambiente y el impacto de contaminación que genera, sino que la importancia radica en la determinación de políticas, metas, objetivos y valores corporativos medioambientales para poder identificar la gestión del riesgo y las diversas cargas financieras que involucra la protección del medio ambiente en las empresas.

Los aspectos financieros ambientales como una alternativa de responsabilidad social empresarial deben involucrar las siguientes estrategias:

- a) Cumplimiento de la normativa ambiental, que se establecen para los diversos sectores de explotación industrial en los dos países objeto de estudio pero que es de escasa aplicación y se limita a la gestión de riesgo financiero para evitar sanciones o multas, pero no como un factor relevante de planeación estratégica.
- b) Los cambios en las actividades que se desarrollan en los diversos procesos de producción, con nuevas tecnologías, que incentiven la reducción de impactos ambientales, lo que involucra diversos costos de prevención y mecanismos competitivos de compromiso social.
- c) Instaurar mecanismos de oferta y demanda diferenciadores de protección ambiental implica decisiones financieras para garantizar una mayor calidad en los productos y servicios que ofrecen con miras a la protección del medio ambiente y mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- d) Creación de nuevos mercados o redefinición de los existentes.

CONCLUSIONES

El objetivo central de este artículo ha sido identificar los tipos de contaminación ambiental que generan las industrias en frontera y reflexionar sobre la importancia de tener programas de gestión ambiental, con el cambio de paradigmas y costumbres repetitivas de las actividades económicas que explotan, para poder ser responsables socialmente con una inversión financiera empresarial de protección y desarrollo sustentable y sostenible con el fomento de la eficacia, la eficiencia y la efectividad administrativa de las industrias en frontera.

En la actualidad los impactos ambientales provocados por la explotación de las actividades industriales en el municipio de Pasto y en el Cantón de Tulcán son elevados, e incitan a establecer procesos de planeación en pro de protección del medio ambiente, como un mecanismo de reto empresarial con desafíos de protección con nuevas estrategias empresariales que trasciendan en aspectos transfronterizos porque existe una ausencia de responsabilidad social empresarial convirtiéndose en una posibilidad de estudios y reflexiones binacionales que ayuden a mitigar la contaminación ambiental en los municipios fronterizos.

Las diversas acciones de responsabilidad social que se deben establecer en frontera deben involucrar el análisis y las repercusiones financieras empresariales, para que se conviertan en aspectos y herramientas positivos de manejo organizacional, con cambios y adaptaciones a los nuevos retos de las empresas y al mundo globalizado, pero buscando siempre la protección del medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Garrido F., González de Molina M., Serrano J. y Solana J. (2007). El paradigma ecológico en las ciencias sociales. Icaria Editorial, Barcelona.

De los Santos, I. (2014). Escuela de organización industrial. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/07/15/la-piramide-de-rse/>

Ramírez O. (2006). Reflexiones sobre el monocultivo de soya transgénica en Argentina: Una aproximación desde la geografía del azar tecnológico. Revista Gestión y Ambiente 9, 81-90.

Schaltegger, S.; Figge, F. (1998): "Environmental Shareholder Value", WWZ/Sarasin Basic Report.



El Lider Democrático

*Gloria Alicia Rivera Vallejo¹
Genys Patricia Rodríguez Hernández²*

RESUMEN

A través de este artículo se busca dar a conocer la existencia de una dicotomía entre ser un líder democrático eficiente, manteniendo a la vez la autoridad, para esto en primer lugar se presenta algunas premisas que tienen los líderes en cuanto a cuál consideran la mejor forma de liderar.

En segundo lugar, se muestra cuáles son las principales características que debe reunir un líder democrático de acuerdo a la escuela de negocios según el Rankin Merco de 2018. Posteriormente se hace un análisis de una investigación que se realizó a partir de las ciencias sociales en las que se buscaba comprobar la relevancia en la participación de los empleados en la toma de decisiones. La evidencia comenzó a desafiar la eficiencia del liderazgo en los niveles directivos, específicamente del liderazgo democrático.

La base de este análisis fueron los grupos T también conocidos como laboratorios de entrenamiento.

El resultado de los descubrimientos del laboratorio de entrenamiento fue poner en duda la existencia de un líder democrático como líder efectivo. En consecuencia, surgió la necesidad de explicar una gama de comportamientos que puede asumir un líder frente a una situación determinada.

Finalmente, se puede afirmar, que hay dos supuestos que se han estado desarrollando. El primero es que el líder que utiliza el liderazgo democrático en forma exitosa es aquel que está atento a aquellas fuerzas que son relevantes para su comportamiento en cualquier instante. Y el segundo supuesto es: El líder que utiliza el liderazgo democrático en forma exitosa es aquel que se puede comportar apropiadamente a la luz de estas percepciones. Si la dirección debe ser autoritaria, él es capaz de dirigir; si se necesita una libertad considerable de participación, él es capaz de proveer esta libertad.

¹ Magister en educación desde la diversidad, docente tiempo completo Facultad de ciencias administrativas y contables, correo: garivera@iucsmag.edu.co

² Especialista en finanzas, docente tiempo completo Facultad de ciencias administrativas y contables, correo: gprodriguez@iucsmag.edu.co

ABSTRACT

Through this article we seek to make known how there is a dichotomy between being an efficient democratic leader, while maintaining the authority for this. In the first place, we present some premises that the leaders have as to which they consider the best way to lead.

Secondly, it shows which are the main characteristics that a democratic leader should meet according to the business school according to this year's Rankin Merco. Afterwards, an analysis is made of an investigation that was carried out from the social sciences in which it was sought to verify the relevance in the participation of the employees in the decision making process. The evidence began to challenge the efficiency of leadership at the managerial levels, specifically democratic leadership.

The basis of this analysis were the T groups also known as training laboratories. The result of the discoveries of the training laboratory was to question the existence of a democratic leader as an effective leader. Consequently, the need arose to explain a range of behaviors that a leader can assume in a given situation.

Finally, it can be affirmed that there are two assumptions that have been developed. The first is that the leader who uses democratic leadership successfully is one who is attentive to those forces that are relevant to their behavior at any time. And the second assumption is: The leader who successfully uses democratic leadership is one who can behave appropriately in light of these perceptions. If the direction must be authoritarian, he is capable of directing; if a considerable freedom of participation is needed, he is able to provide this freedom

Palabras clave: comportamiento, grupos t, líder democrático.

Keywords: behavior, t groups, democratic leader.

Cuando se trata de escoger la mejor forma de liderar se presenta un dilema para los administradores modernos, es así como, algunos de ellos hacen las siguientes aserciones:

- Colocar la mayoría de los problemas en manos de su grupo, y desde ahí dejarles a ellos la decisión; es decir, actúan como un simple catalizador, reflejando hacia ellos los pensamientos y los sentimientos de la gente en forma tal que ellos los puedan entender mejor.
- Conversar los asuntos con los subordinados, pero poniéndoles en claro quién tiene la última palabra.
- Otros líderes afirman que una vez que se ha decidido tomar alguna línea de acción, se hace lo posible para venderles las ideas a los empleados
- Algunos líderes dicen que a ellos les pagan para que dirijan. Por lo tanto, afirman que ellos deben tomar las decisiones.
- Finalmente, algunos dicen que no pueden perder el tiempo llamando a reuniones, que quien tiene que mandar es el que dirige.

El problema de cómo un administrador moderno puede ser democrático en las relaciones con sus subordinados, y al mismo tiempo puede mantener la autoridad y el control necesarios en la organización, por la cual él es responsable, es algo que se ha venido enfocando cada vez más en los últimos años. Y aunque adoptar este tipo de liderazgo de acuerdo a la (Escuela de Negocios según el Ranking MERCOSUR, 2018) implica:

La participación de su equipo y el consenso en la toma de decisiones. Para este líder, su equipo es lo primero. Conoce el valor del talento humano y las ventajas de trabajar en un clima participativo, donde todos se sientan escuchados, reconocidos y valorados. Este tipo de líder invita a cada uno de los miembros de su equipo para que ofrezca su opinión, agradeciendo y premiando las intervenciones, especialmente aquellas que ofrecen soluciones innovadoras y creativas. Este tipo de líderes se caracterizan por poseer y poner en práctica una serie de habilidades, entre las que se encuentran:

- **Capacidad** para la escucha activa. La principal virtud de este tipo de líderes es su habilidad para escuchar activamente a cada uno de los miembros de su equipo. Hace un gran esfuerzo por comprender las aportaciones de los demás, las valora y las pone en práctica, siempre que considere que son eficaces.
- **Carisma**. Suelen ser personas carismáticas, con una gran facilidad para atraer y relacionarse con los demás. Este carisma juega a su favor y los líderes lo utilizan para mejorar las relaciones con sus seguidores y mediar en los conflictos.
- **Empatía**. También gozan de la habilidad de empatía, que les ayuda a ponerse en el lugar de los demás y comprender la situación por la que están pasando. Esta capacidad, junto con su carisma natural, hacen que las relaciones personales no sean problema y que se ganen el aprecio y admiración de los miembros de su equipo. Son uno de los líderes más valorados y queridos.
- **Delega responsabilidades**. El líder democrático confía en su equipo y una forma de demostrárselo es delegando responsabilidades en cada uno de ellos. Es un líder que conoce muy bien a los integrantes de su equipo, sus habilidades, necesidades y aspiraciones, por lo que les ofrece pequeños retos que puede cumplir y les alienta para superarse día a día.
- **Gran comunicador**. La capacidad de comunicarse de manera eficaz es otra de las características destacables de este tipo de líderes. Además de expresarse con claridad, saben qué, cómo y cuándo deben transmitir sus mensajes. Gracias a esta habilidad son capaces de hacer participar a su equipo y de conseguir un clima de cooperación no competitivo (p. 13).

Sin embargo, convertirse en un líder democrático no es sencillo, precisamente por la dualidad entre buenas relaciones interpersonales versus autoridad. En el transcurso del siglo XX este problema no se sentía en forma tan aguda. El ejecutivo que tenía éxito generalmente se lo enmarcaba como el hombre inteligente, que reunía las características anteriormente descritas. De tal forma que se tenía la tendencia a pensar que el mundo estaba dividido en dos “dirigentes” y “seguidores”.

En este contexto, de las ciencias sociales surgió una investigación que buscaba comprobar la relevancia en la participación de los empleados en la toma de decisiones. La evidencia comenzó a desafiar la eficiencia del liderazgo en los niveles directivos, específicamente del liderazgo democrático y se comenzó a poner más y más atención en los problemas de motivación y relaciones humanas. Para comprobar esto se acudió a los laboratorios de entrenamiento de sensibilización también conocidos como grupos T los cuales consisten en:

Los grupos T de acuerdo a (Alonso, 2011):

Son sistemas sociales en los que las operaciones y el aprendizaje se enfocan apropiadamente en la conducta humana. También se consideran instrumentos para el cambio esencialmente controlados, que brindan oportunidades para el autoconocimiento y el autodesarrollo, aumentan la conciencia de sí mismo y la percepción de la influencia de la conducta propia sobre los demás.

Sus metas principales son: aumentar la capacidad para apreciar cómo los demás reaccionan ante nuestra conducta; valorar las relaciones entre terceros y actuar hábilmente según cada situación.

Los grupos T ayudan al individuo a concientizar y comprender los diversos aspectos de la conducta propia, para luego introducir cambios en ella. Implican un proceso de aprendizaje, expresable como un cambio de conducta. Cada miembro puede usar a los demás como espejo de la conducta propia para modificarla, mediante un proceso de retroalimentación (p.15).

En estos grupos se busca descubrir la incidencia que tiene en las personas el comportamiento de los demás miembros de la organización, ya sea positiva o negativamente. Para que se logre interactuar de manera libre sin distinción de niveles jerárquicos, para esto se reúnen en un ambiente autónomo, donde analizan su personalidad y se generan procesos interactivos, bajo la dirección de un especialista preferiblemente un psicólogo.

En el caso de la investigación los laboratorios de entrenamiento, (Tannenbaum, 2006) estaban cuidadosamente diseñados para darle a la gente una primera experiencia en cuanto a participación completa y toma de decisiones. Los "líderes" designados trataban deliberadamente de reducir su propio poder y de hacer a los miembros del grupo tan responsables como fuera posible con respecto al establecimiento de sus propios objetivos y métodos de la experiencia de laboratorio.

Era inevitable que algunas de las personas que asistieron a estos laboratorios consideraran esta clase de liderazgo como verdaderamente "democrático" y se fueran a su casa con la determinación de construir en sus propias organizaciones un sistema de toma de decisiones.

Para algunos participantes de estos laboratorios de entrenamiento el verdadero símbolo de liderazgo democrático era la reunión. Algunos de los alumnos más entusiastas de estos laboratorios comenzaron a adquirir el hábito de categorizar el comportamiento de un líder en "democrático y autoritario". El directivo que tomaba demasiadas decisiones, él mismo, era considerado como autoritario y su comportamiento directivo era atribuido muy a menudo únicamente a su personalidad. Otros simplemente se adaptaban a las circunstancias.

El resultado de los descubrimientos del laboratorio de entrenamiento fue poner en duda la existencia de un líder democrático como líder efectivo. En consecuencia, el administrador moderno se encuentra en un estado de incertidumbre frente a este estilo de liderazgo.

Por lo tanto, surgió la necesidad de explicar una gama de comportamientos que puede asumir un líder frente a una situación determinada así:

El administrador toma la decisión y la anuncia: en este caso el jefe identifica un problema, considera soluciones, escoge una de ellas, y luego presenta esta decisión a sus subordinados para que la implementen. Puede dar o no dar consideración a lo que él cree que sus subordinados van a pensar o a sentir con respecto a esta decisión; en todo caso, él no les da oportunidad de participar directamente en el proceso de tomar decisiones. La coacción puede ser o no ser usada.

El administrador “vende” su decisión: Aquí el administrador, como antes, toma la responsabilidad de identificar el problema y llegar a una decisión. Sin embargo, en vez de anunciarla simplemente, lleva a cabo el paso adicional de persuadir a sus subordinados a aceptarlas. Al hacer esto, él reconoce la posibilidad de alguna resistencia entre aquellos que se van a enfrentar con la decisión, y busca reducir esta resistencia indicando, por ejemplo, lo que ganan o pierden con la decisión tomada por él.

El administrador presenta sus ideas, busca preguntas: Aquí el jefe que ha llegado a una decisión y que busca aceptación de sus ideas da una oportunidad a sus subordinados para obtener una explicación más completa sobre su modo de pensar y sus intenciones. Después de presentar sus ideas él pide preguntas para que sus asociados puedan entender mejor lo que está tratando de llevar a cabo. Este “dar y recibir” también permite al administrador y a sus subordinados explorar en forma más completa las implicaciones de la decisión.

El administrador presenta una decisión tentativa susceptible de cambios. Esta clase de comportamiento permite a los subordinados ejercer alguna influencia en la decisión. La iniciativa para identificar y diagnosticar el problema permanece con el jefe. Antes de reunirse con los asesores, él ha analizado el problema y ha llegado a una decisión –pero sólo a una decisión tentativa. Antes de convertirla, en definitiva, él presenta la solución propuesta para ver la reacción de aquellos que se van a ver afectados por ésta. Él dice en efecto: ¡Me gustaría oír lo que ustedes tengan que decir con respecto a este plan que he desarrollado! Yo sabré apreciar sus reacciones francas, pero me reservaré para mí la decisión final!

El administrador presenta el problema, obtiene sugerencias, y luego toma su decisión. Hasta ahora el jefe se ha presentado ante el grupo con su propia solución. No así en este caso. Los subordinados tienen ahora la primera oportunidad de sugerir soluciones. El papel inicial del administrador incluye la identificación del problema. Podría, por ejemplo, decir algo de esta forma: “Estamos frente a un gran número de quejas de los periódicos y del público sobre nuestra política en servicios. ¿Qué está mal aquí? ¿Qué ideas tienen ustedes para solucionar el problema?”

El administrador define los límites y exige al grupo tomar una decisión: En este caso el administrador le pasa al grupo el derecho de tomar decisiones. Antes de hacerlo, sin embargo, él define el problema a resolver y los límites dentro de los cuales se debe tomar la decisión.

Un ejemplo podría ser el manejo del problema de parqueadero en una planta. El jefe decide que esto es algo que debe ser trabajado por la gente afectada, de modo que los llama y les hace ver la existencia del problema. Entonces les dice:

Aquí está el terreno disponible, al norte de la planta principal, que se ha designado para parqueadero adicional de los empleados. Podemos construir varios niveles bajo o a nivel de la superficie siempre y cuando el costo no exceda \$100.000.000. Dentro de estos límites tenemos entera libertad para adoptar cualquier solución que nos parezca sensata. Después de que decidamos un plan específico, la compañía gastará el dinero disponible en la forma que se indique.

El administrador permite al grupo tomar decisiones dentro de límites prescritos. Esto representa un grado externo de libertad de grupo que sólo se ve ocasionalmente en organizaciones formales, como por ejemplo en muchos grupos de investigación. Aquí el equipo de administradores o ingenieros se encarga de la identificación y diagnóstico del problema, desarrolla varios procedimientos para resolverlo, y decide tomar una o varias de estas soluciones. Los únicos límites impuestos directamente sobre el equipo por la organización son aquellos dados por el superior del jefe del grupo. Si el jefe participa en el proceso de tomar decisiones, intentará hacerlo sin más autoridad que cualquier otro miembro del grupo. El se compromete de antemano a ayudar a implementar cualquier decisión que tome el grupo.

De acuerdo, a lo anteriormente descrito existen un gran número de alternativas en que el administrador se puede relacionar con el grupo de empleados a su cargo. Uno en el énfasis que se hace en el administrador –en qué está él interesado, cómo ve él las cosas y cómo siente él acerca de esto. Y otro se centra más y más en los subordinados –en lo que les interesa a ellos, en cómo ellos miran las cosas, y en cómo ellos las sienten.

Finalmente se puede afirmar, que hay dos implicaciones en la tesis básica que se ha estado desarrollando. La primera es que el líder que utiliza el liderazgo democrático en forma exitosa, es aquel que está atento a aquellas fuerzas que son relevantes para su comportamiento en cualquier instante. El entiende a los individuos y al grupo con que trata y entiende la compañía y el ambiente social más amplio en que opera. Y es ciertamente capaz de fomentar la capacidad actual de sus subordinados para crecer.

Pero esta sensibilidad o entendimiento no es suficiente, esto que lleva a la segunda implicación. El líder que utiliza el liderazgo democrático en forma exitosa, es aquel que se puede comportar apropiadamente a la luz de estas percepciones. Si la dirección debe ser autoritaria, él es capaz de dirigir; si se necesita una libertad considerable de participación, él es capaz de proveer esta libertad.

Así, el administrador exitoso no se puede caracterizar en primer plano como un líder fuerte o permisivo. Más bien, es la persona que valora en forma precisa las fuerzas que determinan cuál es su comportamiento más apropiado en cualquier momento y en ser capaz de hecho de comportarse de acuerdo con ello. Siendo tanto de carácter como flexible, es menos probable que vea los problemas de liderazgo como dilema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, E. (2011). Desarrollo organizacional. Obtenido de: <http://desarrolloorganizacional7b.blogspot.com/2011/12/grupos-t.html>

Escuela de Negocios según el Ranking MERCO. (2018). Retos de la empresa familiar. Obtenido de: <https://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/5-habilidades-de-un-lider-democratico>

Tannenbaum, R. (2006). La gente productiva. En Cómo elegir un patron de liderazgo (págs. 25-27). Boston: Houghton Mifflin.



04

Importancia de la creación de las Cooperativas escolares **en las Instituciones educativas** del Departamento de Nariño

Carmen Alicia Benavides Bastidas¹

RESUMEN

La idea de motivar a las Instituciones Educativas para crear cooperativas escolares parte del proyecto de Educación Económica y Financiera, el cual es evidente su resultado de aprendizaje, donde se forman competencias laborales y ciudadanas a los estudiantes de primaria, media y secundaria, que les permite manejar la economía personal y desarrollar el espíritu de solidaridad, liderazgo, trabajo en equipo; motivando así la creación de cooperativas y que los estudiantes se conviertan en autogestores de su aprendizaje, además como una herramienta de aprendizaje y saberes que robustezcan los conocimientos en cuanto a objetivos, fines, leyes, decretos respecto de las cooperativas.

ABSTRACT

The idea of motivating Educational Institutions to create school cooperatives is part of the Economic and Financial Education project, which is evident its learning result, where labor and citizenship skills are formed for primary, middle and high school students, which allows them to manage personal economy and develop the spirit of solidarity, leadership, teamwork; motivating the creation of cooperatives and students become self-managers of their learning, as well as a learning tool and knowledge to strengthen knowledge in terms of objectives, goals, laws, decrees regarding cooperatives.

Palabras clave: Ahorro, cooperativas, educación financiera, emprendimiento, gastos, ingresos, presupuesto.

Keywords: Savings, cooperatives, financial education, entrepreneurship, expenses, income, budget

ANTECEDENTES

Con base al resultado del proyecto desde donde se promueve la Educación Económica y Financiera que se viene desarrollando desde el año 2015 en varias Instituciones Educativas Municipales, se puede evidenciar la experiencia significativa de dichas capacitaciones y es un ejemplo claro para concluir que se logra percibir una gran receptividad por parte de los estudiantes, y se vislumbra que a través del desarrollo del curso taller del club de ahorro, se deja una gran enseñanza que motiva a seguir con el ahorro y adecuado manejo y administración de los recursos y con una nueva perspectiva de organización y promulgación del espíritu de asociatividad.

¹ Magister en Gerencia y Asesoría Financiera, Especialista en Auditoría y Control Empresarial (Universidad Mariana), Contadora Pública Universidad Mariana; Docente Auxiliar de Ciencias Administrativas y Contables, Correo institucional: cabenavides@iucsmag.edu.co.

Por lo anterior, y retomando la importancia de la educación centrada en los intereses, y en las necesidades, con nuevas perspectivas, con el ánimo de mejorar el nivel académico y teniendo en cuenta la capacidad de aprendizaje de los estudiantes, se busca la mejor manera de dirigir un proyecto de aula que conlleve a la práctica, orientada a crear una cooperativa escolar en las Instituciones Educativas Municipales, dicho proyecto busca motivar a los estudiantes para que ellos se conviertan en actores de su propio aprendizaje y se espera que el estudiante a través de aprender haciendo, aprender a aprender, adquiera el dominio de herramientas básicas que implicaría un autoaprendizaje.

Es así como, esta investigación se afianza y retoma teniendo en cuenta la página de INFOCOOP (2018):

Las primeras experiencias de cooperativas escolares que surgen en Francia, al finalizar la primera guerra mundial (1914-1917); siendo uno de ellos el profesor Barthelemy Profit, inspector de escuelas de dicho país, preocupado por el estado lamentable en que habían quedado los centros educativos por las secuelas que dejó la primera guerra mundial, propuso a los estudiantes agruparse en pequeñas asociaciones de tipo cooperativo, administradas por ellos mismos, para adquirir mobiliario, útiles y materiales educativos; la mejor manera de incentivar a los estudiantes era que voluntariamente se agruparan guiados por un docente quien actuaba como asesor, promulgando la democracia participativa y resaltando las ventajas que tiene la asociación de cooperativas en el ámbito educativo, acogen la idea y la ponen en práctica de tal manera que se expanden al resto de los centros educativos en Francia.

Así mismo, en la segunda mitad del siglo pasado, el cooperativismo escolar pasó de Francia a Suiza, Polonia, Canadá, Estados Unidos y otros países hasta llegar a América Latina, en donde encontró terreno fértil para su desarrollo especialmente en Argentina, Puerto Rico, Ecuador y México.

Por otra parte, en el acontecer de la historia son muchas situaciones que impulsan al hombre a pensar y actuar y unirse con otros hombres para realizar labores que le permitan sobrevivir y mejorar su calidad de vida, desarrollando así su espíritu de asociatividad.

En la página de COOTRAMED (2018) se hace un breve relato acerca de algunos acontecimientos y aportes de diferentes personajes que se destacan en el transcurso de la historia y cabe mencionar los siguientes:

Robert Owen (1771-1858, inglés) considerado como “el padre de las cooperativas” elaboró un programa de reforma social en cual consistía en organización de colonias (comunidades cooperativas) que tienen como base el principio de la propiedad privada-colectiva; posteriormente se destaca William King (1786-1865, inglés, médico), quien es el formador de las cooperativas de consumo en 1827; Guillermo Federico Raiffeisen (1818-1888, Alemán) precursor del cooperativismo de ahorro y crédito; Claude Saint-Simon (1760-1825, francés), Predicó ideas sociales reformistas concediendo especial jerarquía a los productores, tanto patronos como trabajadores; Phillippe Bouchez (1796 – 1865, francés) a quien se le conoce como el primer promotor e inspirador de las cooperativas de producción ; Víctor Aime Huber (1800-1869, Alemán), se destaca por ser el promulgador de las ideas cooperativas en Europa; Charles Fourier (1772 – 1837, francés) quien pretendió resolver todos los problemas de las clases sociales, llamando “falansterios” a esas organizaciones; Louis Blanc (1811 – 1882, francés) , propulsor del taller social, que en sí era una asociación obrera de producción Chaves & Moncayo (2006) (p. 16)

Cabe destacar que la primera cooperativa surgió el 21 de diciembre de 1844 en un pueblo de Inglaterra, en la calle del sapo, en el condado de Lancashire ciudad de Rochdale, en el condado de Lancashire, fue creado por 28 socios, una mujer y 27 caballeros; siendo fundamental los principios y valores que son el hilo conductor de las organizaciones y empresas cooperativas que benefician a los miembros de la misma.

De forma tal que, teniendo en cuenta las experiencias y vivencias de los antepasados se retoma desde hace años la importancia de las primeras muestras de cooperativismo escolar, en forma organizada, datan del 17 de diciembre de 1938, fecha inaugural también de la Primera Escuela Rural Tamanaco. La escuela contaba con vivienda para el docente, consultorio médico, aulas y un salón para la cooperativa escolar. En 1975, un grupo de educadores trujillanos organiza en Pampanito el II Seminario Latinoamericano de cooperativismo escolar. Seminario al cual asisten representantes de Argentina, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela. El discurso inaugural estuvo a cargo del Ministro de Educación Dr. Luis Manuel Peñalver quien hizo una alocución donde proponía como alternativa de progreso al cooperativismo escolar.

Lo anterior, es un ejemplo claro de que muchas instituciones educativas a lo largo de la historia miran la necesidad de crear cooperativas escolares, como una fuente que facilita el aprendizaje vivo y dinámico, despertando en los estudiantes el espíritu de solidaridad, con el fin de lograr independencia social, económica, política y cultural hasta llegar a la etapa adulta.

Un ejemplo claro a seguir son los estudiantes de la Institución Educativa Municipal Francisco de la Villota, Corregimiento de Genoy, con el acompañamiento de sus docentes dieron paso a un proyecto en el que desarrollan habilidades los niños y adolescentes, fortaleciendo su espíritu solidario enfocado a la creación de cooperativas,

a través de la construcción de artículos y la realización de artesanías con materiales reciclables, potenciando sus destrezas, consolidando su idea de emprender y de manera activa han participado en varias muestras empresariales en la Institución Universitaria CESMAG, en ferias empresariales invitados por la Alcaldía.

Así mismo, se da importancia al cooperativismo como una forma de organizar comunidades para tratar de sacar adelante a las regiones, siendo una preocupación sentida por todas las colectividades que los jóvenes que culminan su bachillerato no tienen definido su proyecto de vida, de tal manera que esto les impulsa desde temprana edad para que piensen y se fortalezcan en el hábito emprendedor, que les permita ser gestores de sus propios proyectos, un ejemplo claro que si se puede lograr comprometer a los niños y adolescentes en la construcción de proyecto de vida.

De igual manera, la Institución Universitaria CESMAG, siguiendo con su compromiso de proyección social y desde el programa de Contaduría Pública pretende seguir motivando a las Instituciones Educativas que a través de las capacitaciones de Educación Económica y Financiera se fortalezca los conocimientos a los niños y adolescentes en el adecuado manejo de los recursos y generando nuevas alternativas como es el desarrollo del espíritu solidario, trabajo en equipo, respeto, tolerancia, responsabilidad, pensamiento crítico, sensibilidad social fortaleciendo sus capacidades como hilo conductor para desarrollar este proyecto.



Figura 1. Pioneras de Cooperativa
Fuente: Ministerio de Educación Pública – Costa Rica

Figura 2. Emprender en mi Escuela
Fuente: Participación de los niños de la IEM Francisco de la Villota en la Muestra Empresarial de la IU CESMAG

HIPÓTESIS

¿Cuál es el aporte de la Institución Universitaria CESMAG desde la Oficina de Proyección Social y el programa de Contaduría Pública a la Educación económica y financiera para crear las cooperativas escolares en pro del manejo adecuado de la economía de los estudiantes de las diferentes Instituciones Educativas Municipales de la región?

METODOLOGÍA

La investigación pertenece al paradigma cuantitativo, como referencia se tiene la revisión de antecedentes y marco teórico relacionado con las cooperativas escolares, estudio que se complementa con la aplicación y capacitación a los niños y niñas de las básica, media y secundaria, lo cual conlleva a visibilizar con más claridad la necesidad de fortalecer a las Instituciones en este tema de interés de crear cooperativas escolares con el ánimo de incentivar el espíritu solidario.

Para la medición de las variables de interés: objeto de estudio, se afirma en el adecuado manejo de los recursos, hacer un buen plan de ahorro y posteriormente se da a conocer el concepto de cooperativismo e incentivar el espíritu solidario, finalidad, organización e importancia de la cooperativa y crear una cooperativa intitulada.

RESULTADOS

Con base al proyecto de Educación Económica y Financiera desarrollado desde el año 2015, la oficina de proyección social y el Programa de contaduría pública propone un nuevo proyecto que no se quede en solo capacitaciones a los niños y adolescentes sobre el adecuado manejo de los recursos, la idea es que se incentive tomando como base otros antecedentes para crear cooperativas escolares a través de las cuales se familiaricen y empiecen a conocer los aspectos legales de las cooperativas de ahorro escolares, con el fin de que adquieran mejores hábitos de orden, disciplina, responsabilidad, sentido de pertenencia y ayuda mutua, espíritu colectivo y de solidaridad, de tal manera que aprendan a convivir en armonía, y propiciar un buen

estilo de vida saludable, que posean templanza y dominio para no dejarse arrastrar por las drogas, seguros de sí mismos, contribuyendo al desarrollo integral y fortaleciendo el emprendimiento en cada individuo.

Es importante fomentar la educación financiera y el emprendimiento como compromiso de liderazgo donde se promueve la innovación y el emprendimiento. De tal manera que se impulsa a los establecimientos educativos a formar a los estudiantes, siendo el motor de activación en un escenario propicio para su desarrollo, creación y apropiación. Es así, que la intervención de la Institución Universitaria CESMAG en el desarrollo del convenio con Contactar en la Institución Educativa el Encano es una experiencia significativa que invita a generar una cultura de Emprendimiento de Educación Económica y Financiera; y como experiencia significativa, motiva a seguir trabajando a los rectores y docentes, en el fortalecimiento de las competencias básicas y ciudadanas de todos los estudiantes, donde se pretende identificar en los niños y jóvenes, las capacidades de emprendimiento que pueden transformar su vida y que cada experiencia es definitiva en el proceso de desarrollo y crecimiento personal, formando así una mejor sociedad.

HALLAZGOS

En las capacitaciones realizadas a los actores que hacen parte de la Institución educativa Cristo Rey del Corregimiento de San Fernando sobre educación económica y financiera, y emprendimiento se pretende generar conciencia en el manejo de los recursos financieros y promover e incentivar la cultura de ahorro y emprendimiento, y motivar a los estudiantes a crear una cooperativa escolar, que les permita desarrollar su espíritu solidario y fortalecer sus habilidades y competencias

Como resultado de este proyecto se puede evidenciar la experiencia significativa de las capacitaciones orientadas en las Institución Educativa Cristo Rey del Corregimiento de San Fernando. Por lo tanto, se percibe una gran receptividad por parte de los estudiantes, y se vislumbra que a través del desarrollo del curso taller del club de ahorro, se deja una gran enseñanza que motiva a seguir con el ahorro y adecuado manejo y administración de los recursos..



Figura 3. Desarrollo de capacitaciones de educación económica y financiera

Fuente: Estudiantes de la básica primaria participando en las capacitaciones de Educación Económica y Financiera

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chaves Bolaños, A. A., & Moncayo Martinez (2006 p. 16-22)

Cooperativas escolares (2018) Cooperativa de las Américas Región de la Alianza Cooperativa Internacional COOP. Recuperado de: <http://www.aciamericas.coop/Cooperativas-escolares>

INFOCOOP (2018). Breve historia del cooperativismo escolar a nivel mundial Recuperado de: <http://www.infocoop.go.cr/cooperativismo/cooperativistas/escolar.html>

COOTRAMED (2018). Historia del cooperativismo en el mundo. Recuperado de: <https://www.cootramed.coop/subpaginas.asp>

Opinión.com.bo (2013). Los escolares también reciben formación en cooperativismo. Recuperado <http://www.opinion.com.bo/opinion/articulos/2013/1127/noticias.php?id=112992>



Asociatividad en el cultivo y comercialización de cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo

Sandra Lucía Goyes Eraso¹

RESUMEN

El presente artículo basa su realización en la investigación enfocada en la competitividad y la asociatividad de los cultivadores de cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo y aborda las características de un trabajo agrícola y comercializador realizado de manera individual y las dificultades de realizar labores de manera asociativa junto con una propuesta de trabajo colaborativo para obtener mejores resultados en la producción y comercialización del producto mencionado.

El trabajo investigativo se realizó teniendo en cuenta el paradigma positivista, un enfoque cuantitativo y un tipo descriptivo que permite conocer la situación que experimentan los agricultores en su proceso productivo y comercializador mediante diferentes técnicas de recolección de información aplicadas a la población mencionada.

Los resultados permiten conocer que en cultivo de cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo, se identifica a la familia como única forma de asociación entre los agricultores, pero que en algunas oportunidades están dispuestos a unir sus esfuerzos con personas que están fuera de su núcleo familiar para alcanzar mejores resultados.

Palabras clave: Ahorro, cooperativas, educación financiera, emprendimiento, gastos, ingresos, presupuesto.

Keywords: Savings, cooperatives, financial education, entrepreneurship, expenses, income, budget

ABSTRACT

The present article bases its realization on the research focused on the competitiveness and the associativity of the onion growers junca in the corregimiento of Buesaquillo and deals with the characteristics of an agricultural and marketing work carried out individually and the difficulties of performing tasks in an associative way along with a collaborative work proposal to obtain better results in the production and commercialization of the mentioned product.

The research work was carried out taking into account the positivist paradigm, a quantitative approach and a descriptive type that allows to know the situation experienced by farmers in their production and marketing process through different information collection techniques applied to the aforementioned population.

The results allow us to know that in junca onion culture in the corregimiento of Buesaquillo, the family is identified as the only form of association among farmers, but that in some opportunities they are willing to join their efforts with people who are outside their family nucleus. to achieve better results.

¹ Contadora Pública de la Universidad Mariana, Magister en Pedagogía de la misma universidad. Docente tiempo completo e investigadora perteneciente al grupo San Francisco de Asís de la I.U.CESMAG; Correo electrónico: slgoyes@iucsmag.edu.co

INTRODUCCIÓN

La globalización es un fenómeno que ha propiciado transformaciones en diferentes sectores incluyendo al agrícola que se ha visto afectado por el ingreso de productos de otros países generando grandes cambios en las costumbres, necesidades y gustos de las personas. Ese es el caso del cultivo de la cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo de la ciudad de Pasto que adolece de dificultades que radican en su mayoría en una mejor producción de la misma, pero sobre todo en su comercialización.

Con base en la situación mencionada se vislumbra investigar sobre la asociatividad presente en los agricultores del corregimiento de Buesaquillo, quienes presentan formas características de realizar el cultivo de la cebolla en sus predios y la forma asociativa de realizar la comercialización de su producto.

Para abordar el tema de la asociatividad previsto en esta investigación, se tomaron los planteamientos teóricos de varios autores para conocer su enfoque, ventajas y desventajas como lo describe Vélez y Campos quienes mencionan la asociatividad como generador de desarrollo; en cuanto a que ésta hace que las personas y las empresas se

integren para desarrollar proyectos de producción, comercialización de productos y prestación de servicios de gran envergadura, permitiendo que los asociados mejoren sus niveles de vida, comercializando más o prestando mejores servicios con los cuales se obtienen mayores recursos y beneficios. Como consecuencia de esto los agricultores de Buesaquillo ofrecen empleo, incrementan sus recursos económicos y se convierten en dinamizadores de la economía regional y nacional (2007, p.10).

La unión de personas para realizar un trabajo en común en la búsqueda de mejores condiciones tiene ventajas como lo menciona el Departamento Nacional de Planeación (s.f.) cuando afirma:

La asociatividad contribuye al aumento de la competitividad y la productividad del sector agropecuario, ya que proporciona a las familias del sector posibilidades para organizarse en comunidad, disminuir costos, lograr acceso real a los mercados, desarrollar economías de escala, aumentar el poder de negociación, entre otros.

Es por ello que los lineamientos de política gubernamental están enfocados a que los pequeños y medianos agricultores desarrollen y fortalezcan modelos asociativos innovadores reconociendo y aprovechando los beneficios que ofrecen las formas asociativas rurales, como lo son:

- Organizar los colectivos y la comunidad bajo un objetivo común.
- Aumentar el poder de planeación y negociación.
- Compartir solidariamente riesgos y costos.
- Reducir costos de transacciones, transporte y distribución.
- Acompañar y facilitar el acceso a la asistencia técnica para el mejoramiento productivo.
- Acompañar y facilitar el acceso a fuentes de financiamiento.
- Mejorar la calidad de vida y a la formación del recurso humano.
- Incrementar las capacidades y condiciones para penetrar y sostenerse en mercados.

En este artículo se encontrará la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, los resultados encontrados al aplicar los instrumentos de recolección de información en relación a las características principales de los agricultores y su forma de asociación, así como también las conclusiones y las recomendaciones, con respecto a la investigación realizada con los agricultores y comercializadores de cebolla larga o junca del corregimiento de Buesaquillo del municipio de Pasto.

METODOLOGÍA

Al pretender conocer las características de competitividad y asociatividad de los agricultores, la investigación se desarrolló bajo el paradigma positivista, el enfoque cuantitativo y el tipo descriptivo.

Para obtener la información se determinó que, de la población, caracterizada por trabajar en predios de una superficie mayor o igual a 50 metros cuadrados se tomaran 76 agricultores pertenecientes a seis veredas del corregimiento de Buesaquillo a quienes se aplicaron encuestas y se realizaron procesos de observación tanto de sus condiciones como de su proceso de cultivo.

De manera adicional se recurrió a documentos, como fuentes secundarias de información provenientes de la Secretaría de Agricultura del departamento, planes de desarrollo municipal y departamental y demás documentos como textos, investigaciones y artículos de revistas, boletines, periódicos y libros relacionados con el tema.

RESULTADOS

Realizar un diagnóstico de la competitividad y la asociatividad de los agricultores de cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo, se convirtió en el objetivo principal de la investigación realizada y proponer una forma asociativa que permita aunar los esfuerzos de los agricultores, tanto en la producción como la comercialización de su producto se convirtió en una de las actividades a realizar para poder alcanzar el objetivo general de la investigación.

Para poder conocer y analizar el estado de la asociatividad en los agricultores de cebolla junca se inició haciendo un diagnóstico de las características demográficas y de producción que permitió conocer lo siguiente:

Características demográficas

La actividad agrícola se inclina a ser realizada en su mayoría que equivale al 66% por el género masculino y el 34% está realizada por las mujeres a razón de necesitar la fuerza del hombre en etapas tan importantes como el cultivo y la organización del producto.

El 74% de los 76 agricultores tienen una edad que supera los 35 años de edad, el 25% oscila entre los 19 y los 35 años de edad y el 1% son menores de 18 años, aspecto que permite conocer que la producción y comercialización de cebolla se realiza por personas adultas que han tomado la agricultura como su proyecto de vida y la de sus familias.

Derivado de lo anterior, el nivel educativo es básico porque el 86% de ellos solamente han accedido a la educación primaria, el 13% ha tenido la oportunidad de cursar estudios de bachillerato y sólo un 1% ha contado con las posibilidades para poder estudiar una tecnología.

Proceso productivo y de comercialización

El proceso de producción por parte de los agricultores de cebolla junca se realiza en predios de su propiedad en un 76%, el 17% trabaja en su lote bajo la modalidad de arrendamiento y el 7% siembra en terrenos adquiridos bajo la figura de anticresis.

En las tierras mencionadas se realizan actividades de producción de cebolla en un 96% y solamente el 4% dedican sus tierras a otras actividades, siendo importante mencionar que el 55% de los agricultores solamente siembran en sus terrenos cebolla junca porque es el producto más rentable según su experiencia, pero el 45% también ocupan sus predios para sembrar otros productos como para, aromáticas, flores, mora y tomate de árbol. El proceso de producción se concatena con el de comercialización en el cual afirman el 78% de los agricultores no tener dificultades a diferencia del 22% que afirma lo contrario a razón de presentar problemas con los intermediarios que no cancelan un valor acorde a la producción, pero también constituyen dificultad el transporte del producto.

Trabajo asociativo

El trabajo agrícola se ha caracterizado a través del tiempo por realizarse en un 76% forma colaborativa dentro del grupo familiar que inicia con la unión de padres e hijos pero que continúa vinculando a tíos, primos y demás familiares convirtiéndose ya en una tradición y el 24% realizan el cultivo de la cebolla junca sin la compañía y ayuda de su familia.

Con base en lo anterior, el 88% de los agricultores a razón de trabajar con su grupo familiar, no tienen la necesidad de trabajar con socios para la producción de cebolla, pero el 12% de los agricultores consideran que su producción mejora en calidad y cantidad cuando trabajan de manera asociada.

El trabajo asociativo con personas diferentes a la familia presenta dificultades, por eso el 88% de los agricultores no trabajan con socios en su proceso de cultivo de la cebolla, debido a que el nivel de producción lo cubren con la ayuda de su familia y no requieren de más personas que intervengan en su trabajo y de manera contraria el 12% de los agricultores debido a la necesidad de producir en mayor cantidad y obtener mejores ingresos trabaja con socios.

El trabajo asociativo a nivel familiar como se ha comentado, se ha convertido en una característica asociativa importante dentro del trabajo de los agricultores de la región y cuando los agricultores tuvieron la oportunidad de conformar grupos asociativos diferentes, la experiencia no brindó resultados positivos y por esa razón se retiraron de la cooperativa que se constituyó y el 99% de ellos no pertenece a ninguna forma asociativa y solo el 1% pertenecen a asociaciones; sin embargo, aunque su experiencia primera no redundó en los beneficios esperados, el 34% se oponen a la idea de conformar nuevos grupos asociativos pero el 66% de los agricultores afirman que desean pertenecer a una forma asociativa debido a que reconocen que el trabajo realizado de manera aunada permite obtener mejores resultados que los obtenidos hasta el momento y poder ser competitivos en un mercado muy exigente y cambiante, así como lo expresa Lozano (2010):

Un entorno internacional altamente competido apunta a pensar que solo las empresas más poderosas, y específicamente las más grandes, con mayor capacidad de respuesta, son las únicas que pueden competir en este contexto, excluyendo a las más pequeñas o más débiles que, seguramente, no logran atender idóneamente las múltiples exigencias que el mercado mundial establece. Por ello se les imposibilita crecer con base en los mercados externos, poniendo incluso en riesgo su propia supervivencia, debido a que la competencia foránea también puede llegar a establecerse en su propio mercado local (p.162).

Así como los agricultores son conscientes de la importancia de trabajar aunando esfuerzos, también consideran imprescindible en un 55% realizar un aporte económico para su buen funcionamiento, pero el 45% restante afirma no poder dar aportes a su entidad asociativa debido a la carencia de recursos.

Teniendo en cuenta la situación de asociatividad presentada en el grupo de agricultores de cebolla junca del corregimiento de Buesaquillo y gracias a su actitud positiva hacia su conformación, es importante destacar que su constitución debe ser gradual y basada en las experiencias que puedan afrontar para dar una vida a un nuevo ente:

Es importante aclarar que no es aconsejable plantear una modalidad jurídica desde un comienzo, ya que esto sería una decisión apresurada teniendo en cuenta que uno de los errores es intentar formalizar procesos antes de alcanzar la madurez del ejercicio; con frecuencia, se ven firmas de contratos o constituciones de asociaciones que finalmente no pasan del papel, debido a la prisa excesiva (Valencia & Muñoz, 2005, p.45).

La asociatividad será el factor que incremente la productividad permita a los agricultores de cebolla junca ser competitivos, redundando en beneficios para ellos, para los suyos y para una región que siendo hermosa, necesita del avance en técnicas de producción y mejores mercados donde vender su producto y valoren el esfuerzo de obtener cebolla junca como lo afirma Pallares (2010) "No solo para lograr la sobrevivencia en unos mercados cada vez más amplios y abiertos a la competencia de las empresas del mundo entero, sino que pretende rescatar formas alternativas de generación de riqueza y equidad" (p.8).

CONCLUSIONES

La mayoría de los agricultores de cebolla junca en el corregimiento de Buesaquillo se dedican únicamente al cultivo de este producto dentro de sus predios y solo algunos de ellos alternan sus cultivos con otros productos para diversificar su producción.

Aunque el trabajo de las mujeres agricultoras no abarca todo el proceso de obtención de la cebolla junca, se considera fundamental su participación debido a la diversidad de labores que realiza, que va desde el cuidado de su familia y realizar los quehaceres del hogar hasta el trabajo en los predios y el cuidado de los animales.

Los agricultores de cebolla junca del corregimiento de Buesaquillo necesitan capacitación e incentivos para que puedan innovar el cultivo de su producto debido a que cuentan con el deseo de mejorar cada proceso realizado, pero no tienen el conocimiento necesario para ponerlo en marcha.

En la región de Buesaquillo del municipio de Pasto existe una cultura de asociatividad basada eminentemente en el grupo familiar, sin embargo, este trabajo asociativo no se extiende ser realizado con personas que estén fuera de ese núcleo familiar debido a que su costumbre no lo contempla y no se ha experimentado realizar un trabajo mancomunado de manera permanente.

RECOMENDACIONES

Para poder desarrollar la competitividad de los agricultores del corregimiento de Buesaquillo se debe plantear un modelo asociativo que genere credibilidad y condiciones en que los cultivadores de cebolla, tengan la seguridad que les va a permitir ingreso a mercados globales, generando ambientes que permitan enfrentarse a las nuevas políticas internacionales con miras a la firma de tratados de libre comercio.

Es necesario buscar el desarrollo de las actividades conexas al proceso de producción de la cebolla junca, como el transporte, las comunicaciones, el suministro de insumos agropecuarios, la asistencia técnica del proceso de cultivo de la cebolla junca en la región que propenda por la competitividad del sector.

Se recomienda la creación de una asociación de productores para que creen un centro de acopio que tenga incluido la limpieza de la cebolla, actividad que le dará un valor agregado al producto, permitiéndoles así competir con presentación, cantidad, calidad, oportunidad, precio y calidad del producto.

Es importante fomentar en los cultivadores de la cebolla junca la necesidad de capacitación en el manejo tanto del proceso de producción, como de pos cosecha y comercialización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Departamento Nacional de Planeación. (s.f.) Lineamientos de Política pública para la asociatividad rural en Colombia. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/programas/agricultura/Paginas/Rutas-para-la-asociatividad-rural-en-Colombia.aspx>.

Lozano Monroy, F. (2010). La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*. 5 (2). p. 162.

Pallares Villegas, Z. (2010). La asociatividad empresarial: Una respuesta de los pequeños productores a la internacionalización de las economías. Bogotá.

Valencia, R & Muñoz, J. (2005). *Asociatividad empresarial en Colombia*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.

Vélez, A. & Campos, A. (2007). Hacia la modernización y la consolidación de la asociatividad agropecuaria empresarial en Colombia. *Revista nacional de agricultura*, 950, 10.



06

La responsabilidad social universitaria (RSU), una nueva **política de gestión en las** Instituciones de educación **superior**

Guillermo Javier Hidalgo Martínez¹

RESUMEN

El presente artículo pretende contribuir a la tarea de pensar a la universidad de hoy desde la perspectiva de su responsabilidad social. A lo largo de su contenido, se presenta un conjunto de conceptos fundamentales y apreciaciones, que tienen como objetivo ayudar a las instituciones de educación superior y en especial a la Institución Universitaria CESMAG, a diagnosticar de qué manera responde a la sociedad mediante el desarrollo de su misión y visión, y cómo puede incorporar medidas que permitan mejorar y hacer significativa su contribución para una sociedad más justa y sostenible.

La responsabilidad social goza hoy de un importante reconocimiento y protagonismo notable entre todo tipo de organizaciones y empresas. Poco a poco esta tendencia ha llegado a las instituciones de educación superior (IES), que empiezan a pensar cómo rendir cuentas de los impactos de su misión de formación, investigación, proyección social o institucional y gestión interna.

Palabras clave: Educación universitaria, ética, gestión, política, responsabilidad social

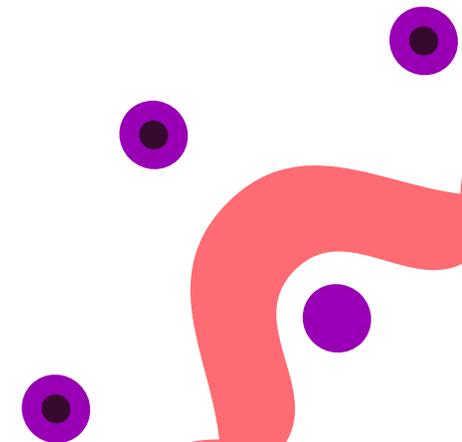
Keywords: University education, ethics, management, politics, social responsibility.

ABSTRACT

This article aims to contribute to the task of thinking of the University of Today from the key of its social responsibility. Throughout its content, a set of fundamental concepts and appreciations are presented that aim to help higher education institutions and especially the CESMAG University Institution, to diagnose how they respond to society through the development of their mission and vision and how they can incorporate measures to improve and make meaningful their contribution to a more just and sustainable society.

Social responsibility today enjoys an important recognition and prominent role among all types of organizations and companies. Little by little, this trend has reached higher education institutions (HEIs), which are beginning to think about how to account for the impacts of their mission of training, research and social projection

¹ Profesional en Comercio y Contaduría, Administrador de Empresas, Especialista en Proyectos de Desarrollo, Especialista en Mercadeo, Especialista en Finanzas, Especialista en Docencia Universitaria, Magister en Mercadeo. Docente tiempo completo IU. CESMAG. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Correo: gjhidalgo@iucsmag.edu.co



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Hoy en día el tema de la responsabilidad social en la gestión de todo tipo de empresas se ha tomado un papel fundamental, dado que la sociedad exige cada vez más organizaciones socialmente responsables, es decir, organizaciones en donde todo su accionar de manera articulada tenga en cuenta las necesidades de toda la sociedad, esto debido a los avances globales y a la competitividad; lo cual permite el crecimiento de las empresas y promueve la innovación en tecnologías, productos y servicios que tengan en cuenta los requerimientos de sus stakeholders o grupos de interés.

Dependiendo de la naturaleza de las organizaciones, se establecen las diferentes clases de responsabilidad social y su propósito ha de ser diferente, partiendo de la premisa de que hay un objetivo claro para todas, y es el mejoramiento continuo de la sociedad con políticas de gestión que respondan por el impacto de las acciones de individuos o grupos de una organización en la sociedad.

La responsabilidad social es hoy tema central en diferentes tipos de publicaciones, libros, revistas, conferencias, foros e incluso existen asignaturas universitarias en donde los estudiantes toman conciencia sobre la importancia de esta filosofía de gestión organizacional. El tema de la responsabilidad social de las organizaciones no es nuevo, lo que sí es nuevo es la exigencia de que la organización contribuya a solucionar los diversos problemas sociales. Es evidente que el reclamo de responsabilidad social no es un asunto tan sencillo como sugiere la mayoría de lo escrito y dicho sobre el tema, pero tampoco puede ser ignorado.

Drucker (2000) dice sobre el particular que:

Es evidente la imposibilidad de esquivar la responsabilidad social. No se trata solo de que el público la exige. O solo de que la sociedad la necesite. Ocurre que en la sociedad moderna los administradores constituyen el único grupo de liderazgo. Si los administradores de las instituciones principales, y sobre

todo de las empresas, no asumen la responsabilidad del bien común, nadie podrá o querrá hacerlo. A pesar de las afirmaciones de las teorías políticas, el gobierno ya no es capaz de actuar como soberano y guardián del bien común en una sociedad pluralista de organizaciones (p. 123).

Por su parte Friedman (2009) expresa que:

Es muy duro al afirmar que quienes reclaman que los negocios tienen que ver “no solamente” con las utilidades sino también con promover fines sociales deseables; que tienen una “conciencia social” y toman en serio su responsabilidad de dar empleo, eliminar la discriminación, evitar la contaminación, o cualquiera sea el lema de los reformadores de turno... son títeres inconscientes de las fuerzas intelectuales que han venido minando las bases de una sociedad lícita durante los últimos decenios. Afirma que se trata de una doctrina contraria a una sociedad libre (p. 92).

Drucker, si bien coincide con Friedman en el sentido de que la empresa debe atenerse a su función económica, Friedman propone que la responsabilidad de las organizaciones de cumplir con la misión debe dar cuenta también de los efectos de su actividad en la sociedad ya que no actúa en el vacío.

Las organizaciones no actúan en un vacío, esto ratifica el concepto de sistemas organizaciones influenciados por su macro y mico entorno en donde se generan fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se deben contemplar, así mismo, esto obliga a pensar en organizaciones que involucren y comprometan su misión al beneficio de diversos grupos de interés.

A partir de esta idea Friedman concluye que es necesario administrar las responsabilidades sociales – en una empresa, en un hospital o en una universidad – y para ello establece una diferencia entre las influencias sociales, consecuencia de la actividad de la organización, y los problemas sociales. Respecto de las primeras, fija claramente la obligación de la empresa, pero respecto de las segundas opina que no siempre pueden resolverse satisfactoriamente y que constituyen un terreno ambiguo para la actuación de los administradores.



Figura 1. Clases de Responsabilidad Social

Fuente: Torres, A. (2015). La responsabilidad social universitaria desde su fundamentación teórica. Universidad Libre de Colombia

Complementando lo expuesto por Druker y Friedman, se debe tener en cuenta lo manifestado por Gutiérrez (2013) pone de manifiesto que lo contenido en el artículo 25 del Código de Comercio que define a la empresa como “Toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios” (p. 9), debe ser interpretado a la luz de la Constitución Política, que en sus artículos 4 y 333, respectivamente, declara a Colombia como un Estado Social de Derecho, y le impone a la empresa, como base del desarrollo, una función social que implica obligaciones.

El concepto de empresa ya no es una figura que le interese solo al derecho comercial, por cuanto en un Estado Social de Derecho como lo es el Colombiano, es ese mismo Estado el que se erige como director de la economía, para promover y exigir a las personas que ejercen sus derechos a la libertad de empresa y a percibir las utilidades que son inherentes a esa actividad, que cumplan con su función social, la cual se debe concretar en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, en la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo, y en la preservación de un ambiente sano.

Tal y como se desprende de las anteriores afirmaciones, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no solo tiene fundamento en la Carta Política de 1991, sino que, en el caso colombiano, es en sí misma un mandato constitucional; por lo que no parece arriesgado afirmar que en Colombia no tiene cabida alguna, la tesis del Nobel de economía Milton Friedman, y según la cual la única responsabilidad que tiene la empresa es la de incrementar las ganancias patrimoniales de sus inversionistas, porque la realidad es que el nuestro es un país en conflicto, con profundas desigualdades sociales, económicas, culturales, azotado por la violencia, y aquejado por una tremenda crisis financiera.

DE DÓNDE SURGE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Antes de adentrarnos en el tema de la RSU, es importante diferenciar en este contexto, la Universidad de la Empresa, ya que la educación cumple una función importante, es a través de ella como la sociedad forma a sus ciudadanos, como el hombre llega a ser mejor, algo tan esencial no se le puede dar el tratamiento de mercancía, contradice el Estado social de derecho, su función de garantizar a la comunidad el bienestar general. Las universidades pueden vender servicios, preocuparse por conseguir recursos, pero como actividad accesoria a la principal que es formar.

Carvajal (2011) en su artículo: "Responsabilidad Social Universitaria, una introducción al concepto", manifiesta que:

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) nace a partir de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La RSE hace referencia a las obligaciones y compromisos derivados del impacto que la actividad de las organizaciones produce en los ámbitos social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. Surge en un contexto en el que la sociedad demanda cambios en los negocios para que se involucren cada vez más en los problemas sociales. Dado que las universidades son también organizaciones que tienen impactos de diversa naturaleza en la sociedad y comunidades, la reflexión sobre responsabilidad social compete también al mundo universitario (p. 11).

La RSU entonces, es el compromiso de la universidad ante las exigencias éticas de orientar sus actividades hacia el desarrollo sostenible, considerando el impacto ambiental y social que puedan tener estas. Las IES desde la definición de su misión de formar personas libres, responsables y competentes que respondan a las exigencias de la realidad a fin de promover el bien común; se compromete y se involucra en las necesidades de la sociedad bajo la reflexión ética de la Doctrina Social de la Iglesia, apostando por un desarrollo humano sostenible.

Por su parte el profesor de la Pontificia Universidad Católica del Perú François Vallaes (2013), en su artículo: “La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización” manifiesta que:

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es una nueva política de gestión universitaria que se va desarrollando en Latinoamérica para responder a los impactos organizacionales y académicos de la universidad. Se distingue tanto de la tradicional extensión solidaria, proyección social o proyección institucional como de un mero compromiso unilateral declarativo y obliga a cada universidad a poner en tela de juicio sus presupuestos epistémicos y su currículo oculto. Como tal, la RSU no es cómoda, puesto que fuerza a la autocrítica institucional. Pero es la mejor alternativa que existe para arraigar la pertinencia y legitimidad académica frente a la crisis del saber científico en la sociedad del riesgo, así como la decadencia de la enseñanza socialmente anclada en la era de las multinacionales universitarias (p.66).

A inicios de los años 2000 se construyó explícitamente el concepto de responsabilidad social universitaria (RSU) en América Latina, alrededor de los esfuerzos teóricos y prácticos de la Red chilena “Universidad Construye País” y de la red Latinoamericana de Universidades animada por la “Iniciativa Interamericana de Ética, Capital Social y Desarrollo”, promovida por el gobierno noruego en el seno del Banco Interamericano de Desarrollo.

El profesor Vallaes en su artículo explica cómo participó en ese movimiento universitario en Latinoamérica frente al tema de la RSU, con el fin de contribuir a la búsqueda de un nuevo paradigma universitario latinoamericano, construyendo y consolidando un concepto de universidad socialmente responsable, basado en la gestión de los cuatro impactos que genera siempre una institución de educación superior sólo por existir: los impactos que provienen de la organización misma, desde su campus y su personal (impactos laborales y medioambientales); los impactos que devienen de la formación que imparte hacia los estudiantes; los impactos que devienen de los conocimientos que construye desde sus centros de investigación y sus presupuestos epistemológicos, subyacentes a sus decisiones académicas, y finalmente, los impactos que brotan de sus relaciones con el entorno social, sus redes, contrataciones, relaciones de extensión y de vecindario, participaciones sociales, económicas y políticas, anclaje territorial.

Lo importante es lo manifestado por el cuándo concluye diciendo que las IES deben cuidar que estos impactos no se tornen negativos para con la sociedad y el medioambiente.

Así, son cuatro tipos de impactos los que la universidad debe gestionar en forma socialmente responsable, divisibles en dos ejes, uno organizacional y otro académico. La especificidad de los impactos universitarios prohíbe toda confusión entre la responsabilidad social universitaria y la de las empresas y ahí está la gran diferencia entre RSE y RSU.

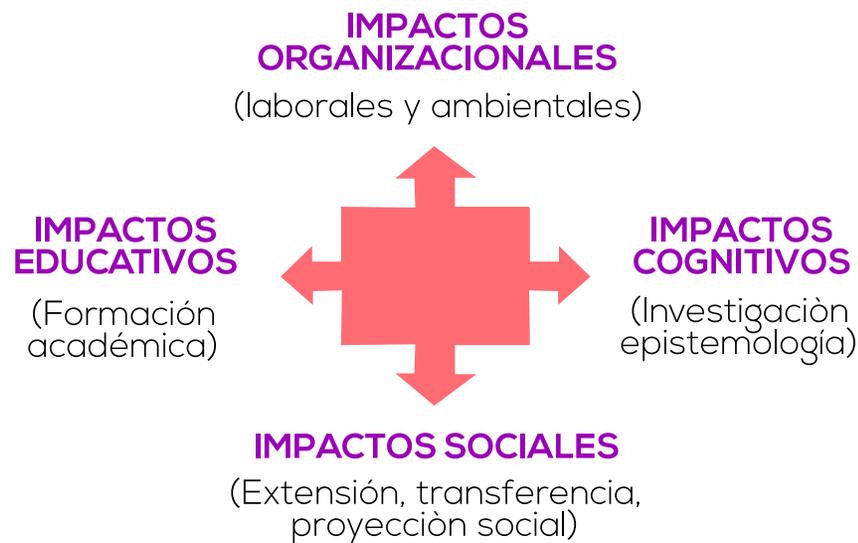


Figura 2. Tipos de impactos universitarios

Fuente: Vallaey (2011). Ética y Responsabilidad Social Universitaria – Pontificia Universidad Católica del Perú.

Analizando la gráfica anterior, se puede decir que las IES tienen en sí dos impactos propios los impactos educativos y cognitivos ubicados en el eje horizontal, mientras el eje vertical es común a cualquier organización (impactos internos y externos). El eje horizontal es propio de las Universidades, por lo cual la RSU no puede ser equiparada con la RSE, aunque la filosofía que las guía sea la misma.

De acuerdo a lo anterior se puede decir que la Responsabilidad Social Universitaria se engendra, evoluciona y se desarrolla cuando las IES tomen conciencia de sí mismas, de su entorno, y de su papel en ese entorno. Además, esta conciencia organizacional trata de ser global e integral (incluye toda la comunidad académica, sus trabajadores, servicios de apoyo).

La Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), en su revista "Pensamiento Universitario" No. 21 en el año 2011, reflexiona sobre la responsabilidad social universitaria y manifiesta que esta ha derivado en nuevas concepciones sobre la declaración de la misión y de la visión universitaria como esencia de los proyectos educativos institucionales y como marco de referencia para la autoevaluación universitaria, en búsqueda de la acreditación de su calidad y excelencia institucional.

La proyección social se ha entendido como la síntesis axiológica conformada por los valores y principios que autónomamente cada entidad profesa y la intencionalidad pragmática que de ella se deriva para la realización de las tareas universitarias. Es posible, entonces, analizar la gestión social de la Universidad como la integración del ejercicio y práctica de las funciones de investigación, docencia y extensión, en cuanto se retroalimentan mutuamente y se aplican al análisis, estudio, comprensión y solución de los diferentes problemas y necesidades de la sociedad. La transparencia en el ejercicio y desempeño de la gestión universitaria también son indicadores y características de la misma responsabilidad universitaria.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA NO ES PROYECCIÓN SOCIAL O INSTITUCIONAL

Con el fin de dar claridad diferenciadora a los conceptos de RSU y proyección social, se puede afirmar que las universidades cuentan con cuatro elementos, pilares o fines que construyen su esencia como organización: la docencia, la investigación, la proyección social y la gestión interna.

Por su parte la proyección social o institucional vincula la IES con la sociedad desde un enfoque unidireccional e influye en ella sin fomentar un vínculo recíproco. Desde este enfoque Ortiz (2009) en su artículo "Proyección y responsabilidad social" manifiesta que:

La mera proyección social en la universidad no es suficiente, dice que esto es apenas una intención parcial que obedece a la buena voluntad de los miembros de la universidad comprometidos con aportar con un granito de arena a la solución de las necesidades sociales de un modo desinteresado y muchas veces desarticulado. Las limitaciones de este modelo se han venido planteando en dos sentidos. En primer lugar, se han cuestionado la sostenibilidad y profundización de sus aportes, así como los impactos de retroalimentación que dichas experiencias pudieran significar para la universidad. En segundo lugar, este modelo se ha visto incapaz de atender las crecientes exigencias y demandas que se plantean a las universidades para contribuir con los requerimientos del desarrollo (p. 267).

Por lo anterior, y en este contexto, la RSU representa un modelo de gestión universitaria, es un enfoque renovado del compromiso social de la universidad. Se centra en la relación de mutuo beneficio entre ella y los actores externos. La idea es que profesores y alumnos participen de procesos de aprendizaje que formen parte de intervenciones universitarias bajo el enfoque del desarrollo humano sostenible. El modelo RSU supone, asimismo, que las mallas curriculares y las líneas de investigación sean sensibles y se retroalimenten a partir de dichas intervenciones.

Al igual que la Empresa que ha debido superar el enfoque filantrópico de la inversión social (como gasto extra) para entenderse a sí misma bajo el nuevo paradigma de la Responsabilidad Social, la Universidad debe tratar de superar el enfoque de la “proyección social y extensión universitaria” únicamente como “apéndices” bien intencionados.

En el Proyecto Educativo Institucional (PEI) de la Institución Universitaria CESMAG, se manifiesta que, dentro de su función educativa, esta ofrecer programas académicos a nivel técnico, tecnológico, de pregrado y postgrado en educación superior. Su objetivo primordial es la formación integral de la persona humana, la transformación de la sociedad, el fortalecimiento de la cultura y la búsqueda del sentido de la verdad. (Proyecto Educativo Institucional CESMAG, 2015)

Analizando el contenido del PEI y las normas de la I.U. CESMAG, se afirma que sus procesos misionales son la docencia, investigación y extensión y que estos se desarrollan con pertinencia, impacto y compromiso social. Estos procesos misionales son elementos definitorios mas no lo es para la I.U. CESMAG, la responsabilidad social universitaria o institucional como se le quiera llamar por ahora. A partir de esta última perspectiva, se debe trazar una línea de articulación y de complemento: el enfoque de GESTIÓN EN RSU es muy importante, pues cruza todos los elementos de la institución (docencia, investigación, proyección social y organización interna) de forma transversal y genera una mirada de retorno en aprendizaje de la acción en la comunidad.

LA RSU en la I.U. CESMAG debe ser un enfoque de gestión que no debe anular o desaparecer la proyección social, sino que debe dotarla de un nuevo impulso y de una fuerza que sea transversal a todo el quehacer universitario en forma integral.

La I.U. CESMAG debe diseñar su propio modelo de RSU que le permita cumplir con dos grandes metas: adaptarse a los cam-

bios del entorno manteniendo su pertinencia, y lo que parece ser aún más importante, influir en el curso de dichos cambios, es decir, proponerle a la sociedad Nariñense especialmente el rumbo que debe tomar y hacer lo posible para que estos cambios se lleven a cabo.



Figura 3. Diferencias entre RSU y Proyección Social o Institucional

Fuente: Vallaes (2011). Ética y Responsabilidad Social Universitaria – Pontificia Universidad Católica del Perú

LA NORMA ISO 26000 Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Dentro de ese importante proceso de reconocimiento como universidad y acreditación en que se encuentra la Institución Universitaria CESMAG, se debe tener en cuenta esta propuesta de crear un modelo de gestión en RSU tal como lo señala la norma internacional ISO 26000 (2010), cuyo ámbito de aplicación va más allá de las empresas y actualmente considera todo tipo de organizaciones e instituciones incluyendo a las Instituciones de Educación Superior.

En la I.U. CESMAG actualmente se afirma: “Los Estudiantes, Profesores, Administrativos y Directivos, estamos comprometidos con la Calidad”. Por otra parte hay que tener en cuenta la Política de Calidad de la Institución la cual manifiesta: “la Institución Universitaria CESMAG, con la guía de sus principios institucionales, se compromete a mejorar continuamente sus procesos de docencia, investigación y proyección social; soportada en el profesionalismo y la calidad humana de sus estudiantes, profesores, administrativos y directivos; y en la modernización de su infraestructura; para satisfacer con responsabilidad social las altas exigencias del contexto regional e internacional.

Según la norma ISO 26000 (2010), La Responsabilidad Social se define como:

La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya con el desarrollo sostenible, tome en consideración las expectativas de las partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable y esté integrada en toda la organización, llevándose a cabo en todas sus relaciones (p.121).

Argandoña (2012), expone que: “la ISO 26000 declara en su contenido que existe hoy la necesidad de que las organizaciones, tanto de los sectores públicos como privados de comporten de una manera socialmente responsable ya que esto se está convirtiendo en una exigencia generalizada de la sociedad”.

Principios de responsabilidad social según la ISO 26000

- Responsabilidad de sus efectos en la sociedad y el medio ambiente.
- Transparencia en sus decisiones y actividades que repercuten en la sociedad y el medio ambiente.
- Comportamiento ético
- El respeto de los intereses de las partes interesadas
- El respeto de la normativa de la ley
- El respeto de las normas internacionales de comportamiento
- Respeto de los derechos humanos

Ejes que giran alrededor de la RS según la ISO 26000

- Medio Ambiente
- Prácticas Operativas
- Temas de Consumidores
- Desarrollo Social
- Prácticas Laborales
- Derechos Humanos
- Gobernabilidad de la Organización

La norma ISO 26000 ofrece orientaciones sobre definiciones, principios y materiales fundamentales de Responsabilidad Social y en las comunidades universitarias supone un gran desafío.

En el ámbito universitario surge el concepto de Responsabilidad Social Universitaria o RSU, por supuesto relacionados con temas universitarios. El concepto de RSU contempla varias perspectivas:

- Gerencial o directiva: El papel de estas figuras es analizar los impactos derivados del desarrollo de las actividades universitarias en la sociedad, sobre todo mediante las explicaciones oportunas de sus acciones y decisiones.
- Transformacional: En este caso, la postura está enfocada a la revisión de las actividades universitarias, para ello tiene en cuenta los debates y reflexiones que permitan conseguir una sociedad sustentable.
- Normativa: Se ampara en el desarrollo de actividades en la universidad, actuando como un eje normalizador para definir qué es lo correcto en la sociedad. Para esto se establecen redes universitarias basándose en la responsabilidad social.

Las acciones en temas de RSU se orientan a los estudiantes, personal docente, personal de investigación y al personal de la administración y servicios. Un medio de participación de las partes interesadas es la evaluación de iniciativas propuestas en temas de responsabilidad social. Es importante que las comunidades universitarias realicen jornadas de sensibilización para dar a conocer la RSU, haciendo uso de distintas actividades como talleres o reuniones en la que los asistentes participen de forma activa.

Este artículo pone a consideración de las directivas de la Institución Universitaria CESMAG, la importancia de adoptar un modelo de gestión en responsabilidad social universitaria, para hacer efectivas en la Institución las formas de relación e interacción con la comunidad

educativa, inspiradas por la práctica de los valores de la equidad, la solidaridad y la justicia; tanto en las actividades académicas como administrativas, mediante la realización de diferentes tipos de acciones curriculares, investigativas, de extensión y de gestión bajo la perspectiva del desarrollo sostenible.

El modelo deberá definir la responsabilidad social universitaria o Institucional, si se quiere para el caso de la I.U. CESMAG, como la habilidad y efectividad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad Nariñense mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación, proyección social o institucional y gestión interna.

El modelo deberá definir los impactos que la I.U. CESMAG quiere generar mediante sus prácticas de RSU en el quehacer universitario, para lo cual se propone según lo manifestado anteriormente y lo expuesto por diferentes autores e incluso por ASCUN los siguientes:

- Impacto educativo
- Impacto cognoscitivo y epistemológico
- Impacto social
- Impacto de funcionamiento organizacional
- Impacto ambiental

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argandoña, A. (2011). ISO 26000 una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. Revista Gobierno Corporativo, Universidad Navarra (España)

Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN) (2011) "Pensamiento Universitario" No. 21. Recuperado de <https://www.ascun.org.co/publicaciones/detalle/pensamiento-universitario-n-21>

Carvajal Carbajal, C. (2011). Responsabilidad Social Universitaria (RSU) "Una aproximación al concepto". Recuperado de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es un concepto.

Drucker, P. (2000). La Gerencia. Editorial Ateneo – Buenos Aires (Argentina)

Friedman, M. (2009). La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades. Editorial Norma, Bogotá (Colombia)

Gutiérrez, J. (2013) Aportes y desafíos de la responsabilidad social en Colombia, Bogotá, Fundación Corona.

Institución Universitaria CESMAG (2015). Proyecto Educativo Institucional. Recuperado de www.iucesmag.edu.co

Ortiz Sánchez, I. (2009). Proyección y responsabilidad social. Recuperado de [file:///C:/Users/EMPREDIMIEN-TO/Desktop/videos/Dialnet-ProyeccionYResponsabilidadSocialEnLasFacultadesDeD-5085046%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/EMPREDIMIEN-TO/Desktop/videos/Dialnet-ProyeccionYResponsabilidadSocialEnLasFacultadesDeD-5085046%20(1).pdf)

Torres, A. (2015). La responsabilidad social universitaria desde su fundamentación teórica. Editorial Universidad Libre de Colombia.

Vallaes F. (2011) Ética y Responsabilidad Social Universitaria. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Vallaes F. (2013). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. Revista Iberoamericana de Educación Superior. Universidad Nacional Autónoma de México.



07

Una propuesta empresarial artística en el subsector de la **industria manufacturera** textil de Nariño

Álvaro David Astorquiza Chamorro¹

Lina Marcela Cabrera Calderón²

Lina Sofía Díaz Domínguez³

Everth Camilo Estupiñán Hidalgo⁴

Denise Alejandra Soto Rosero⁵

Armando Paz Yaqueno⁶

RESUMEN

El artículo contiene el análisis de los factores externos que inciden en el desarrollo organizacional de las empresas, concretamente en el subsector de la industria textil de Colombia, que históricamente ha sido uno de los subsectores de mayor crecimiento de la industria Colombiana y un buen generador de empleo. ECOFIK será una empresa Nariñense que hará parte del subsector textil, que ofrecerá prendas de vestir, elaboradas con recursos naturales especialmente el Fique, es una organización que nacerá con el deseo de aportar al desarrollo de la región, en aspectos culturales, sociales y económicos, buscando bienestar a sus clientes, empleados y propietarios. Se constituirá formalmente como la ley colombiana lo ordena, cumpliendo los requisitos necesarios, identificándose con un logo, slogan, y lema, es decir una marca.

A nivel nacional e internacional la producción textil y de confecciones es importante para la economía colombiana, que requiere la protección del Estado, especialmente del contrabando, con políticas cambiarias, fiscales y monetarias expansivas, que apoyen la producción nacional, dirigida al mercado local e internacional, para ser más competitivos. La empresa buscará el desarrollo tecnológico adecuado sin menoscabo del trabajo artesanal, que será fundamental en los procesos productivos de los productos de ECOFIK.

Palabras clave: Artesanal, artístico, fique, manufactura, textil.

Keywords: Artisan, artistic, fique, manufacturing, textile.

ABSTRACT

The article contains the analysis of the external factors that affect the organizational development of companies, specifically in the subsector of the Colombian textile industry, which historically has been one of the fastest growing subsectors of the Colombian industry and a good generator of job. ECOFIK is a Nariñense company that plows part of the textile subsector, which will offer garments, made with natural resources especially the Fique, is an organization that will be born with the desire to contribute to the development of the region, in cultural, social and economic aspects, looking for well-being to its customers, employees and owners. It will be formally constituted as the Colombian law orders it, fulfilling the necessary requirements, identifying itself with a logo, slogan, and motto that is a brand.

At a national and international level, textile and apparel production is important for the Colombian economy, which requires the protection of the state, especially smuggling, with protectionist measures, expansive monetary, fiscal and monetary policies that support domestic production that targets local and international market, to be more competitive. The company will seek appropriate technological development without undermining craft work, which will be fundamental in the production processes of ECOFIK products.

¹ Estudiante segundo semestre del Programa de Administración de Empresas periodo II 2017. Correo: davidastorquiza1@gmail.com

² Estudiante segundo semestre del Programa de Administración de Empresas periodo II 2017. Correo: linacabrera1605@gmail.com

³ Estudiante segundo semestre del Programa de Administración de Empresas periodo II 2017. Correo: sofiadominguez2d@gmail.com

⁴ Estudiante segundo semestre del Programa de Administración de Empresas periodo II 2017. Correo: camiloe07@hotmail.com.

⁵ Estudiante segundo semestre del Programa de Administración de Empresas periodo II 2017. Correo: denisesoto555@yahoo.com

⁶ Armando Paz Yaqueno. Economista. Magister en Mercadeo Agroindustrial. Grupo de investigación Gestión y Competitividad. Docente asesor. Espacio Académico Macroeconomía 2A B 2017. Programa de Administración de Empresas IU CESMAG. Correo: apaz@iucsmag.edu.co

INTRODUCCIÓN

La creación de una empresa de prendas de vestir con aplicaciones artesanales de fique, es un proyecto que cumple con los fines y principios de la Institución Universitaria CESMAG, nace de la necesidad propia de crear una empresa que reúna ciertas características inherentes al administrador y al creador de empresas, como son rentabilidad, sector atractivo, posibilidad de éxito y sobre todo un alto sentido social, para la generación de empleo digno, es allí donde la creación de una empresa, no es tan solo en beneficio de unos cuantos, sino también de aquellos que se dedican a actividades relacionadas directa e indirectamente con esta industria. En lo académico, es la oportunidad de desarrollar en la práctica todos los conceptos relevantes en la creación de una empresa, tocando los temas financieros, la relación con proveedores y empleados y un estudio profundo del sector que asegure la optimización de procesos, de materiales, con el fin de asegurar una relación importante con los compradores.

La creación de una empresa sostenible, permite hacer realidad el sentir social, porque se colabora a solucionar el grave problema del desempleo que tiene el país y la región, para mejorar la calidad de vida de las personas, mediante la confección de prendas de vestir y demás accesorios, en una labor que debe ir más allá de la simple idea de la confección de prendas y accesorios, sino de un producto que represente como innovación la cultura de Nariño, identificando todas las facetas, incluyendo sus festividades reconocidas a nivel mundial, como patrimonio inmaterial. Por medio de este proceso investigativo formativo, se busca la creación y formalización de la empresa ECOFIK S.A.S en la ciudad de Pasto-Nariño, la cual producirá prendas de vestir y accesorios, con la ayuda de la mano de obra de artesanos nariñenses. En cada una de estas prendas y accesorios se plasmará una muestra del talento de estos artistas, haciendo de este producto una obra de arte innovadora y original para el consumidor.

ECOFIK S.A.S nacerá de la inspiración natal para entregar un poco de la creatividad nariñense al mundo, de la mente racional y la imaginación de los artistas, y de esta manera entregar los más recónditos y locos recuerdos de días de inspiración, a los consumidores locales, regionales, nacionales e internacionales, para que no solo juzguen, sino que también puedan apreciar y adquirir el fruto de un trabajo bien hecho, y distintivo autóctono de la cultura nariñense, plasmado en accesorios y prendas de vestir elaboradas a base de fique

UNA PROPUESTA EMPRESARIAL ARTÍSTICA EN EL SUBSECTOR DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA TÉXTIL DE NARIÑO

ECOFIK se constituirá como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), integrada por varias personas naturales; será una empresa productora y comercializadora, de prendas de vestir y accesorios, con un componente artístico y artesanal que brinde valor agregado o diferenciador a los productos. La razón social será ECOFIK seguida de las letras "SAS", con domicilio principal el municipio de Pasto. Contará con un representante legal y un representante suplente, bajo las funciones descritas en los estatutos de la sociedad.

Una vez esté constituida la empresa, hará sus operaciones a través de uno o más establecimientos de comercio que cumplan todas las normas establecidas por el Estado y los gremios de la región, utilizando la imagen corporativa, que posicione los colores de marca y el servicio al cliente, como estrategia fundamental de mercadeo, para que la empresa sea reconocida en el mercado local, regional, nacional e internacional. ECOFIK será el nombre de la empresa, que ofrecerá, confecciones de algodón en tejidos planos y de punto, con accesorios y decoraciones de fique, en vestidos, camisetas y pantalones entre otros.

Desde el punto de vista macroeconómico la empresa hará parte del sector secundario, concretamente del subsector manufacturero de la pequeña empresa, que utilizará insumos de la industria textil, que según el DANE en el año 2017 creció una tasa anual de 7.52%, con exportaciones promedias del 40% de su producción total (DANE, 2017), lo que vislumbra un mercado internacional y nacional con un futuro promisorio para los productos que ofrecerá ECOFIK, que serán reconocidos por el alto contenido artesanal, folclórico y artístico, que comunicarán y promocionarán, los aspectos culturales y folclóricos más hermosos y relevantes de la región pastusa y nariñense.



Figura 1. Clases de Responsabilidad Social

Fuente: Torres, A. (2015). La responsabilidad social universitaria desde su fundamentación teórica. Universidad Libre de Colombia

El panorama de desarrollo empresarial registrado en el año 2017, fue el resultado de la tendencia observada en la economía durante los últimos cinco años. En el sector externo se observó una situación favorable con un aumento de las exportaciones y mayores flujos de capital, que permitieron el fortalecimiento de la demanda interna de insumos para aumentar la inversión en el subsector de la industria manufacturera, sustentada en mayores niveles de confianza y un fuerte efecto en el aumento de créditos para el consumo y la inversión. Según el DANE la demanda final en 2017 creció el 9.38%, resultado de un aumento en la demanda interna que creció el 9.74% y la demanda externa el 7.5%.

Lo descrito sirve como parámetro favorable para tomar la decisión de crear la empresa ECOFIK, para ofrecer prendas de vestir exclusivas para el mercado interno y externo, posicionando una marca reconocida en todos los contextos de mercado.

Teniendo en cuenta los aspectos macroeconómicos descritos, hay una tendencia de crecimiento en el consumo interno, según el DANE el 6.3% en el año 2017, acompañado del crecimiento de la inversión en 21.17%, con una participación importante del subsector de la manufacturera con un 1.63%, se vislumbra un panorama que ofrece excelentes oportunidades de negocio para la empresa ECOFIK, porque los eslabones de mayor participación en la producción son: confecciones de algodón, tejidos planos de fibras artificiales, sintéticas y tejidos planos de algodón.

Una amenaza relativa para la empresa, son las importaciones de productos “sustitutos”, especialmente de la república de China, que en los últimos años está ofreciendo productos competitivos en este tipo de mercado, sin embargo, las características del producto que va a ofrecer ECOFIK, tiene diferenciadores y valores agregados que permitirán no solo competir sino definir un nicho de mercado que le de gran valor a los productos artesanales y artísticos que resaltarán la cultura de Nariño y de San Jun de Pasto.

La propuesta empresarial tendrá en cuenta la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, mediante la creación de empleo digno, para solucionar uno de los problemas económicos y sociales más graves que tiene Colombia, especialmente porque el subempleo y la informalidad laboral, han crecido en forma exponencial en los últimos treinta años, por lo tanto, es necesario llevar a la realidad este tipo de proyectos para ser protagonista en la solución de este grave problema, que es muy lejano a los indicadores de desempleo publicados por el DANE, en cifras disfrazadas, por ejemplo la de Marzo de 2017 de acuerdo a su metodología calculan una la tasa de desempleo, para el mes de marzo de 2017 del 9.7% (PORTAFOLIO, 2017), donde se hace un gran énfasis y publicidad en la cifra de un dígito, indicador que encubre la realidad, por que según la gran encuesta de hogares cerca del 45% de la población urbana se ocupa en empleos informales y suempleos.

Es de rescatar en la información de Portafolio que en “el trimestre (enero – marzo 2017) las ramas que jalaron la generación de empleo en el total nacional fueron: industria manufacturera, que completa siete periodos consecutivos con variación positiva; agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca y actividades inmobiliarias. En este mes se destaca la generación de empleo de la Industria Manufacturera (de hasta 10 trabajadores). Por lo tanto, crear la empresa ECOFIK es una propuesta para generar empleo digno, hacer parte del desarrollo regional con propuestas innovadoras que resalten los valores culturales y se logre el desarrollo sostenible y sustentable, teniendo en cuenta el ambiente natural como un “medio” que debe ser respetado ante cualquier tipo de desarrollo empresarial.

CONCLUSIONES

La empresa ECOFIK, será productora y comercializadora de prendas de vestir y accesorios, que tendrán como característica fundamental el trabajo artesanal y artístico, como fuente de valor agregado o diferenciador del producto en el mercado.

ECOFIK se caracterizará porque aplicará estrategias de mercadeo, que permitan posicionar la marca del producto en el mercado local, regional, nacional e internacional.

La empresa se ubica en el sector secundario o industrial, concretamente en el subsector de la manufactura de productos textiles semiartesanales de prendas de vestir y accesorios.

Los indicadores macroeconómicos suministrados por el DANE, sirven de base para tomar la decisión de crear la empresa ECOFIK, que indican crecimiento sostenible del subsector textil y de la manufactura en los últimos cinco años.

A pesar de las amenazas como el contrabando y la importación de productos altamente competitivos en los mercados locales, regionales y nacionales, la empresa ECOFIK, ofrecerá productos novedosos, por la participación en los procesos productivos y operativos de talento humano experto en el trabajo artesanal y artístico, capaz de aplicar a las prendas el conocimiento ancestral, cultural, local y regional, para que Pasto y Nariño sean conocidos a través del producto ECOFIK.

Es una propuesta que busca, ante todo, solucionar el problema de desempleo que existe a nivel local, regional y nacional. Ofrecer empleo digno, con visión de desarrollo profesional y humanístico, teniendo en cuenta el "medio ambiente" como variable fundamental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2017). Boletines. Obtenido de: <http://www.dane.gov.co/index.php/es/ocupacion-y-empleo/mercado-laboral/110-boletines/encuestas-politicas-y-culturale>

Expoartesano (2017). Descubre la historia detrás de las creaciones. Obtenido de: <http://www.fashionradicals.com/expoartesano-2017-descubre-la-historia-detras-de-las-creaciones/>, 2017

Portafolio. (2017). La tasa de desempleo se vuelve a ubicar en un dígito: 9,7%. Obtenido de: <http://www.portafolio.co/economia/empleo/tasa-de-desempleo-en-colombia-en-marzo-de-2017-505361>.



08

El fortalecimiento financiero en el sector turístico del Municipio **de Túquerres como estrategia** del componente social¹

Luz Nayibe Arcos Castillo²
Diego Fernando David Guerrero³

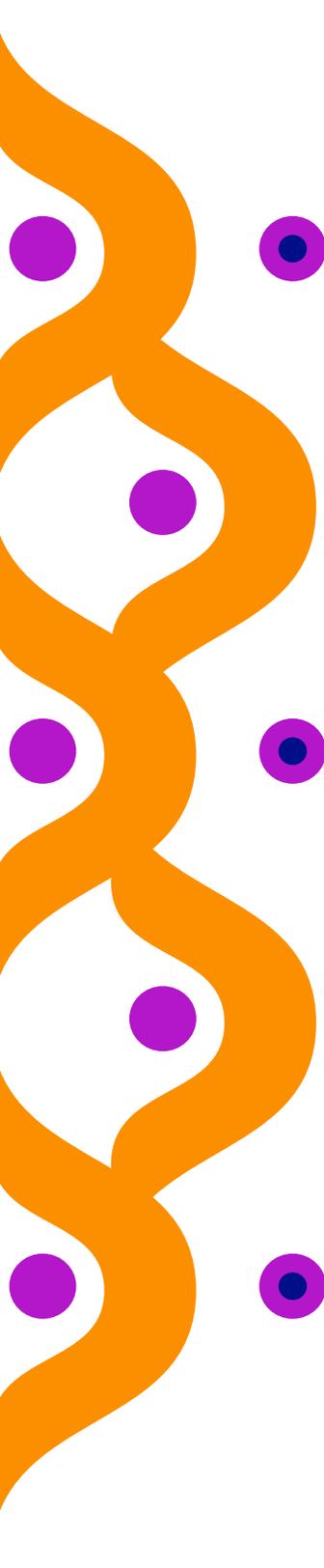
RESUMEN

Nariño al igual que muchos departamentos de Colombia ha diversificado su economía en gran proporción en el sector productivo agrario, en otra relación similar al sector comercial influenciado por la cercanía a la frontera colombo ecuatoriana y en tercer lugar en el sector de servicios; en este último tiene gran participación la actividad turística, la cual ha generado una alternativa de sostenimiento para muchos habitantes que han encontrado el aprovechamiento de esta fuente de ingresos como mecanismo de subsistencia familiar. Es común ver como muchas personas y organizaciones se lucran aprovechando de las bondades paisajísticas y culturales generadas en el tapiz de retazos, tal como se conoce al departamento del suroccidente colombiano.

El turismo en el mundo se ha reconocido como una estrategia de generación de valor, pues las mismas Naciones Unidas reconocieron en el turismo una de las grandes fuerzas socioeconómicas mundiales y para ello determinaron una estrategia de construcción, creando a la Organización Mundial de Turismo (OMT) organismo joven y especializado en la temática.

En la actualidad la actividad económica sigue creciendo, la incidencia social y cultural del turismo produce consecuencias importantes y su desarrollo requiere orientación, es así que la estrategia de fortalecer este sector es una herramienta que permite determinar una alternativa para cumplir con uno de los objetivos del milenio.

- 1 Artículo derivado de las investigaciones contabilidad ambiental, Grupo de investigación Luca Paccioli Institución Universitaria CEMAG; Fortalecimiento en las áreas administrativa, contable y financiera en las organizaciones del sector turismo en el municipio de Tuquerres en el 2018, grupo de investigación SINERGIA, Institución universitaria CEMAG.
- 2 Magister en gestión de la tecnología educativa UDES; Especialista en gestión de la informática educativa UDES; Especialista en administración y gerencia institucional Universidad Cooperativa de Colombia. Director y docente investigador adscrito al grupo Luca Paccioli IU CEMAG. Correo electrónico: Inarcos@iucsmag.edu.co.
- 3 Magister en Gerencia y Asesoría Financiera UNIMAR, Maestrante en Gestión de la tecnología Educativa UDES, Especialista en Administración de la Informativa Educativa UDES, Especialista en gerencia tributaria UNIMAR, Contador Público UNIMAR, Director y docente investigador del programa de Contaduría Pública Institución Universitaria CEMAG Grupo de investigación Sinergia. Correo: dfdavid@iucsmag.edu.co



ABSTRACT

Nariño, like many departments of Colombia, has diversified its economy in a large proportion in the agrarian productive sector, in another relationship similar to the commercial sector influenced by the proximity to the Ecuadorian-Colombian border and thirdly in the service sector; In the latter, tourism activity has a great participation, which has generated an alternative of support for many inhabitants who have found the use of this source of income as a family subsistence mechanism. It is common to see how many people and organizations profit by taking advantage of the landscape and cultural benefits generated in the patchwork tapestry, as the department of southwestern Colombia is known.

Tourism in the world has been recognized as a strategy for generating value, because the United Nations itself recognized in tourism one of the world's great socio-economic forces and for this they determined a construction strategy, creating the World Tourism Organization (UNWTO)) young organization specialized in the subject.

Currently economic activity continues to grow, the social and cultural impact of tourism produces important consequences and its development requires guidance, so the strategy of strengthening this sector is a tool that allows to determine an alternative to meet one of the objectives of the millennium.

Palabras clave: fortalecimiento, sociedad, turismo.

Keywords: strengthening, society, tourism.

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD SOCIAL

La OMT (2017) ha determinado que los ingresos por la visita de extranjeros en el mundo han incrementado al 11% desde los años 50, ello determina que la actividad turística ha cobrado importancia en la actualidad, pues al incrementar la participación de la misma en el desarrollo económico los ingresos que se perciben deben impactar directamente en el desarrollo social de las personas que se encuentran inmersas en el desarrollo de esta.

Según el Banco de la República (2017), en Colombia al terminar el año 2017 el índice de precios al consumidor (IPC) cerró en el 4,09%, índice que al compararlo con los datos del crecimiento de la actividad económica turística llega casi a triplicar los datos generados compitiendo con las exportaciones de petróleo, el café, las flores y el banano productos insignia de la economía nacional, ello conlleva a pensar que este sector es de gran relevancia en los procesos de globalización que se viven en la actualidad.

Nariño y específicamente el municipio de Túquerres no es ajeno a esta realidad pues los grandes atractivos turísticos de la región como lo son la Laguna Verde, el Volcán Azufral, la arquitectura como los complejos paisajes de la zona le permiten generar en la actividad turística un modelo económico que afecta directamente a las finanzas de los lugareños y con ello estas actividades que son relativamente intensivas en mano de obra, generan otras expectativas relativas al efecto del desarrollo del turismo en el municipio y sobre la población activa.

La actividad turística direcciona diferentes elementos económicos que generan empleo y valor agregado a la percepción económica del municipio.

CÓMO GERENCIAR LOS EFECTOS CULTURALES Y SOCIALES DEL DESARROLLO ECONÓMICO

El nivel de vida de las poblaciones se afecta directamente del aporte que realiza el turismo, contribución crucial en las localidades latinoamericanas, es así, como un fortalecimiento financiero para todos aquellos agentes del turismo es notable y positivo pues es necesario reaccionar frente a los cambios generados por la misma, si bien genera ingresos, los efectos que se pueden encontrar puede ser una sobre explotación de los recursos naturales, el retroceso de la diversidad biológica, el deterioro de los sitios por exceso de frecuentación, la precariedad del trabajo estacional, la explotación sin límites de los empleados desarraigados en la cuenca turística, el empobrecimiento de la producción cultural y artesanal.

Todos estos efectos sociales pueden ser el resultado de una práctica mal llevada de la actividad turística, y si bien muchos de estos aspectos aun no se presentan en Túquerres actualmente en un futuro pueden generarse y es allí donde cobra vida la necesidad de un plan estratégico que les permita a todos los actores tomar decisiones que enfoquen el desarrollo social desde la conservación de los recursos que les ha brindado el entorno.

LA TOMA DE DECISIONES EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL TURISMO

La contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico, cultural y ambiental por parte de las organizaciones es el resultado de la aplicación de la responsabilidad social en las diferentes organizaciones del turismo, así generalmente se visualiza el objetivo de mejorar la situación competitiva y de valor agregado de todos los agentes.

Las repercusiones positivas sobre la sociedad como consecuencia de las acciones que se toman desde los agentes económicos son las respuestas a esa llamada voluntaria denominada responsabilidad social empresarial.

Si bien el principal objetivo de las organizaciones es generar utilidades, a través de la aplicabilidad de los conceptos financieros a la realidad económica y financiera de las organizaciones afectando la rentabilidad del negocio. Este no debe desconocer de las responsabilidades éticas que posee una persona u organización frente a su vivencia comunitaria, como por ejemplo, la generación de riqueza de forma eficaz, respetando el medio ambiente evitando en la medida de lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos, luchando así contra el cambio climático a través de la evaluación constante de los riesgos ambientales y sociales.

Las industrias, empresas, organizaciones y personas económicamente activas en el mundo han comenzado a reflexionar y analizar sobre la afectación de las actividades que se desarrollan en la comunidad que están insertas y el mercado turístico no es ajeno a esta realidad pues se ve la necesidad de generar un llamado “turismo sostenible” en donde se atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro.

“Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas” (Rendón, 2013, p.199).

Esta practica se debe desarrollar por los agentes turísticos siendo la toma de decisiones frente al direccionamiento financiero de estos agentes además de lucrarse debe generar actividades como la protección del medio ambiente, el patrocinio de actividades culturales y deportivas, actividades de beneficencia para el trabajo con jóvenes y los proyectos de apoyo a la comunidad en riesgo social o de ayuda para el desarrollo. La RSE en las empresas dedicadas a la actividad turística deben enfocar su servicio al concepto en el cual relacionen voluntariamente los aspectos sociales y medio ambientales en su actividad empresarial y en las relaciones mutuas con las partes involucradas.

La actividad turística junto al medio ambiente son elementos estrechamente relacionados, puesto que el uno depende del otro y la existencia de esta relación directa se centra en controlar y reducir el impacto ambiental que esta actividad económica puede tener sobre el entorno natural y todos los componentes del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco de la República (banco central de Colombia) (2017). Índice de precios al consumidor (IPC) recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>

Organización mundial del Turismo (OMT) (2017) ANNUAL REPORT World Tourism Organization.

Rendon, (2013) Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, Vol. 29 N° 50, recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>



09

Análisis de los factores competitivos de las PYMES del **sector marroquino de la** ciudad de San Juan de Pasto

Bryan David Ceron Getial¹

Sandra Lucia Bolaños Delgado²

RESUMEN

El artículo presenta parte de los resultados obtenidos en el estudio de los factores que generan competitividad en las empresas marroquinas de la ciudad de San Juan de Pasto para determinar a través del análisis competitivo de las cinco fuerzas de Michael Porter, la amenaza de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, y la amenaza de ingreso de productos sustitutos con el fin de desarrollar estrategias para lograr una mayor competitividad en compañías marroquinas locales.

La investigación permitió conocer y comprender el nivel de competitividad que poseen las empresas marroquinas de la ciudad de San Juan de Pasto, y adicionalmente establecer cómo la competitividad hoy en día es de gran importancia para cualquier organización, debido a que las empresas se mueven en un contexto globalizado que provocan grandes cambios en las estructuras y modelos de negocios, por ello, se requiere involucrarse en el contexto cambiante para lograr un posicionamiento en el mercado que les permita sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente.

Palabras clave: Apertura de mercados, competitividad, especialización, poder de negociación, productividad, rivalidad entre los competitivos, tecnología, ventaja competitiva

Keywords: Market opening, competitiveness, specialization, bargaining power, productivity, competitive rivalry, technology, competitive advantage.

ABSTRACT

The article presents part of the results obtained in the study of the factors that generate competitiveness in the Moroccan companies of the city of San Juan de Pasto to determine the analysis of the forces of Michael Porter, the threat of entry of new competitors, the rivalry among competitors, the bargaining power of suppliers, the bargaining power of buyers, and the threat of product entry in order to develop strategies to achieve greater competitiveness in local Moroccan companies.

The investigation allowed to know and understand the level of competitiveness that the Moroccan companies of the city of San Juan de Pasto possess, and additionally establish how the competitiveness today is of great importance for any organization, because the companies move in a globalized context that cause major changes in the structures and business models, therefore it is required to get involved in the changing context to achieve a position in the market that allows them to sustain themselves over time and grow continuously.

¹ Estudiante de Décimo Semestre del Programa de Administración de Empresas de la Institución Universitaria CESMAG. Correo electrónico: bryan_d95@hotmail.com

² Administradora de Empresas. Docente Investigadora Tiempo Completo del Grupo de Investigación Gestión y Competitividad de la Institución Universitaria CESMAG. Correo electrónico: sbolanos@iucsmag.edu.co

INTRODUCCIÓN

La competitividad empresarial es parte fundamental para las empresas porque les permite tener la capacidad de desarrollar y mantener unas ventajas con las cuales llegan a disfrutar y mantener una posición destacada en el entorno socioeconómico.

En el mercado existe una gran oferta, por ende, un alto nivel de competencia entre las empresas, las cuales deben buscar uno o varios componentes que les permita diferenciarse de sus competidores. Para alcanzar esta meta se realizó una investigación iniciando con la descripción del problema, detectando las ventajas y desventajas que existen en el sector de las empresas marroquineras; de igual forma se tomó estadísticas relacionadas con este sector.

En esta investigación se hizo necesario realizar un diagnóstico de los factores que generan competitividad en las empresas marroquineras de la ciudad de San Juan de Pasto, con el fin de determinar las fortalezas y las mayores falencias que presentan; con base en este diagnóstico se evaluó los factores del “análisis competitivo” propuesto por Porter, M. (1991) y se formularon estrategias para mejorar la competitividad de las empresas marroquineras de la ciudad de San Juan de Pasto.

La competitividad regional es una prioridad del presente gobierno, al igual que las líneas de productividad urbana y rural y la de progreso social. Lo que se plantea para el mandato 2016-2019 es fortalecer y modernizar el sistema productivo de Pasto, aumentando su vocación y compromiso regional, mediante estrategias de competitividad mejor definidas.

Algunas de las estrategias contempladas son: la caracterización e identificación de ventajas competitivas regionales, análisis y diseño de incentivos y de instrumentos de gestión social integral para la creación de nuevas empresas (pequeña y mediana empresa) en distintas cadenas productivas, consolidación de un sistema de información de oferta y demanda, con el fin de articular y prestar un mejor servicio al sector productivo sobre las estadísticas vigentes de población económicamente activa; siendo así una de la responsabilidad de los gobiernos territoriales la mejora de la productividad para facilitar las condiciones que promuevan tanto la productividad como la competitividad.

MARCO TEÓRICO

En 1979 el ingeniero y profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios de Harvard postuló el “análisis de las cinco fuerzas”. Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y, por lo tanto, en cuán atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad. (Porter, 2006)

Las cinco fuerzas de Porter, M. (1999) incluyen 3 fuerzas de competencia horizontal: Amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria, y la rivalidad entre competidores, y también comprende 2 fuerzas de competencia vertical: El poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes.

Poder de negociación de los Compradores o Clientes

El “poder de negociación” es una amenaza impuesta sobre la industria, la cual es realizada por parte de los proveedores, a causa del poder que estos disponen ya sea por su grado de concentración, por la calidad o características de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta, por ejemplo, en cadenas de supermercados, que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados. Algunos factores asociados a la segunda fuerza son:

- Cantidad de proveedores en la industria.
- Poder de decisión en el precio por parte del proveedor.
- Nivel de organización de los proveedores

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Este punto se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos y/o competidores. Cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza. O sea, que si se trata de montar un pequeño negocio será muy fácil la entrada de nuevos competidores al mercado.

Porter identificó siete barreras de entradas que podrían usarse para crearle a la organización una ventaja competitiva:

- Economías de escala
- Diferenciación del producto
- Inversiones de capital
- Desventaja en costes independientemente de la escala
- Acceso a los canales de distribución
- Política gubernamental
- Barreras a la entrada

Amenaza de productos sustitutos

De acuerdo a la facilidad de copiar o reemplazar un producto puede llegar a convertirse en una amenaza, así como las patentes farmacéuticas o tecnológicas son muy difíciles de copiar, permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. Se puede citar, los siguientes factores:

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto o servicio.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.
- Suficientes proveedores.

Rivalidad entre los competidores

Esta última más que una fuerza, es el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad define la rentabilidad de un sector: cuantos menos competidores se encuentren en un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

Porter identificó las siguientes barreras que podrían usarse:

- Gran número de competidores
- Costos Fijos
- Falta de Diferenciación
- Competidores diversos
- Barreras de salidas.

Las cinco fuerzas se pueden observar en la siguiente figura:



Figura 1. Las 5 fuerzas de Porter

Fuente: https://www.google.com.co/search?hl=es&authuser=0&tbm=isch&source=hp&biw=1242&bih=529&ei=mXiWW47xE4zCzgK_wLmwDQ&q=las+5+fuerzas+de+porter

Posteriormente Michael Porter (1985), el “diamante competitivo” con la intención de resolver la incógnita del ¿por qué? del éxito de un país dentro de un sector en particular, donde él como respues-

ta a ello, plantea cuatro atributos genéricos de una nación y dos variables casuales o fortuitos, los cuales conforman y determinan el entorno en que han de competir las empresas locales. Estos atributos son:

Atributos Genéricos

Los llamados atributos genéricos representan el marco contextual en que se desenvuelven las naciones, sus sectores industriales y empresas particulares; los cuales determinan las ventajas competitivas que es posible alcanzar en un momento determinado”. (Porter, 2006)

•Condiciones de los factores. Este factor se refiere a la posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado. La ventaja competitiva más significativa y sustentable se produce cuando una nación cuenta con los factores necesarios para competir (puede ser heredado, descubierto o creado) en un sector en particular y dichos factores son, a la vez, avanzados y especializados.

•Condiciones de la demanda. Se refiere concretamente a la naturaleza de la demanda interna de los productos o servicios que el sector produce. Para Porter los países logran ventaja competitiva en los sectores o segmentos donde la demanda interna brinda a las empresas locales un conocimiento de las necesidades del comprador mejor que la que pueden tener sus rivales extranjeros.

•Sectoros afines y de apoyo. Este determinante alude de manera directa a la presencia o ausencia en la nación, de proveedores y sectores afines cuya interacción influye para que el sector sea internacionalmente competitivo. Este determinante genera lo que Porter denomina clusters de empresas competitivas internacionalmente, los cuales surgen de la relación cooperativa entre diferentes industrias vertical u horizontalmente relacionadas.

METODOLOGÍA

El paradigma utilizado en la presente investigación es el positivista debido a que, mediante este, lo que se busca es la realidad orientada a un objeto de estudio observable, por ello se pretende explicar las causas de los fenómenos que llegan a afectar al sector marroquino de la ciudad de San Juan de Pasto.

El positivismo supone que la realidad puede ser conocida por un individuo, por lo tanto, el positivismo se centra en que el sujeto tiene una posibilidad de conocer la realidad mediante un método específico.

Se realizó mediante el enfoque cuantitativo, para lograr plantear un problema concreto, que permita examinar los datos de forma numérica y sus resultados pueden ser generalizados. Mediante el enfoque cuantitativo se pretende predecir y explicar los fenómenos buscados. El método utilizado en esta investigación fue el empírico analítico, ya que por medio de este se estudia los eventos que realmente acontecen a nivel local, centrándose precisamente en la percepción fuera del dogmatismo y teorías científicas.

Para este método se presume que el investigador es objetivo y neutral, y la hipótesis avanza de acuerdo a pruebas y evidencias; se utilizó un tipo de investigación descriptiva la cual permite ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, características, factores, procedimientos y otras variables. Y se tomó como población las empresas registradas en Cámara de Comercio, el cual sumo un total de 81, a las cuales se les aplicó una encuesta estructurada, para recoger y analizar datos de población con lo cual se pretende describir, predecir y explicar una serie de fenómenos o características.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Según la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Acicam- Raddar (2012):

El cuero y sus manufacturas determinaron el tamaño del mercado por región: Como se observa en la siguiente tabla, el consumo de marroquinería en Colombia, durante el 2010 se calculó en 256 mil Millones de pesos para las categorías de bolsos, cinturones y marroquinería pequeña. Esta cifra revela un crecimiento de 3.52% del consumo respecto al 2009. Según proyecciones del Observatorio de Calzado y Bolsos, Acicam- Raddar, se espera un aumento de 3.9% del consumo en marroquinería en el primer Semestre del 2011

Tabla 1. Mercado de bolsos por región

Región	Tamaño en millones	Participación
Bogotá	52.736	21%
Medellín	27.136	11%
Cali	20.992	8%
Barranquilla	14.336	6%
Pasto	8.704	3%
Bucaramanga	10.240	4%
Manizales	15.360	3%
Montería	8.704	3%
Pereira	11.520	4%
Cartagena	7.680	3%
Villavicencio	6.144	2%
Cúcuta	4.096	2%
Neiva	4.352	2%
Resto del país	64.512	25%
Total	256.512	100%

Fuente. Mercado de bolsos por región. Observatorio Acicam- Raddar -2012

En cuanto al contexto regional, en Nariño, la actividad de la marroquinería llegó a desarrollarse principalmente a que el departamento es agropecuario. A principios del siglo XX se llega a registrar los inicios de la curtición de pieles, hasta que en 1950 con la ayuda de la máquina de coser se empiezan a elaborar artículos en cuero. Hacia 1993 ya existían 1361 empresas relacionadas con estas actividades y más de la mitad de ellas eran consideradas microempresas marroquineras principalmente en Pasto y Belén; los mercados a los cuales iban dirigidos estos artículos en aquella época llegaron a ser las clases media y alta de la región. (Santacruz, 2013)

Las principales características que definen la marroquinería en la ciudad de San Juan de Pasto son:

- Bajos costos de producción, debido a que se puede adquirir el cuero en pueblos vecinos o cercanos.
- La alta calidad de los cueros que posee Nariño.
- Artesanos calificados para realizar productos en cuero agradables ante el público.
- Productos económicos debido al primer punto ya enunciado.

Sin embargo, el sector marroquintero de la ciudad de San Juan de Pasto, presenta algunos puntos débiles como:

- Una baja calidad en los productos finales.
- Bajos niveles de productividad.
- Pocas estrategias de mercadeo.
- Baja especialización en los productos terminados.
- Bajo poder de negociación.
- Baja apropiación de la tecnología en procesos de producción

ANÁLISIS COMPETITIVO DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Las 5 fuerzas de Porter son, en efecto una herramienta, mediante la cual las empresas maximizan sus recursos y llegan a ser más competitivas, sea cual fuese el sector al que pertenezcan. Según Porter, una adecuada planeación es nece-

saria para sobrevivir en medio de la basta competencia que existe, mediante el planteamiento de estrategias como un mecanismo de supervivencia de las empresas, y se convierta en una que genere una ventaja sobre las demás organizaciones con las cuales compite.

A continuación, se realizará un análisis basado en estas cinco fuerzas propuestas por Porter, para las PYMES marroquineras de la ciudad de San Juan de Pasto. A partir de este, se puede llegar a determinar con una perspectiva diferente donde radican los factores que necesitan prioridad para mejorarlos o fortalecerlos.

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La rivalidad entre las organizaciones cuya competencia es directa es considerada la más poderosa fuerza para las empresas dentro de las 5 planteadas por Michael Porter, se evidencia que las estrategias y la gestión de las marroquinerías de la ciudad San Juan de Pasto llegan a no diferenciarse demasiado entre ellas sino por aspectos mínimos en cada una.

En la actualidad la competencia no solo del sector de la marroquinería, sino de todos los sectores ha aumentado intensivamente, esto representa una amenaza para este sector, además de sumarle la participación de productos sustitutos y competencia indirecta que llegan a tener.

Para el año 2015, estuvieron inscritas ante la cámara de comercio de la ciudad de San Juan de Pasto, 191 empresas relacionadas con el cuero y 81 con el sector marroquintero directamente, esto también sumado a la oferta de otros departamentos, implica la existencia de una vasta competencia en el mercado de la marroquinería.

En cuanto al capital, no existen barreras de entrada debido a que para la inversión no llega a ser necesario una cuantiosa cantidad por parte de este tipo de empresas. Una de las

principales barreras de entrada a la cual se enfrentan las nuevas organizaciones son los costos, es por esto que las que ya existen llegan a tener una mayor ventaja frente a las nuevas.

En este tipo de empresas existe una gran conveniencia, aquí se presenta una ventaja para las empresas marroqui-neras, de acuerdo a las encuestas se puede afirmar que la mayoría de los gerentes cuenta con una extensa experiencia y conocimiento del sector que han adquirido a través de los muchos años que han estado laborando en él.

Sin embargo, existe una desventaja para las actuales empresas, la cual es el nivel académico de los gerentes, el cual llega a ser bajo considerando la exigencia que plantea la competencia, día a día las nuevas generaciones cada vez están más preparadas en cuanto a lo académico se refiere. El personal a quienes contratan también genera una ventaja para las empresas, en muchos de los casos son personas con un amplio recorrido en ellas, y llegan a estar lo suficientemente capacitados para realizar de una forma adecuada sus actividades.

La amenaza de nuevos competidores, es la dificultad que existe para que una empresa entre a un mercado. Según Michael Porter, existen 6 barreras de entrada, las cuales son:

- Economías de escala
- Diferenciación del producto
- Inversiones de capital
- Desventaja de costos independiente de la escala
- Acceso a los canales de distribución
- Política gubernamental

Economías de escala

Una de las mayores ventajas que poseen las empresas con algún tiempo en el mercado frente a las nuevas es que llegan a estar relacionadas con los costos y su capacidad de sobrellevar cargas que implica la producción de sus productos. En cuanto a la barrera de economía de escala se refiere a la diferencia de costos que suele existir por los volúmenes de producción de cada empresa, es lógico decir que las nuevas empresas tienen una capacidad para producir menor a las de las empresas ya instaladas, además que la creación siempre incurre en costos adicionales, ocasionales e imprevistos.

En cuanto a la situación local frente a esta barrera, el impacto que genera en las empresas llega a ser de nivel bajo, considerando este mercado por un lado debido a que a pesar de que cuentan con trayectoria y experiencia dentro del sector, y en la gran mayoría de ellas llevan un tiempo considerable en él.

De acuerdo a las características mencionadas, se podría concluir que llegarán a tener esta barrera a su favor, sin embargo, se llegó a evidenciar que las empresas locales llegan a tener una capacidad de producción baja.

En conclusión, el mercado local no llega a tener una alta exigencia y no podría considerarse esta barrera como un problema al que puedan verse sometidas las nuevas empresas, debido a que no puede definir los volúmenes de producción de ellas como un método para reducir sus costos.

Diferenciación del producto

Otra de las ventajas destacables de las empresas antiguas es el prestigio de la marca y clientes fidelizados quienes llegan a conocer la calidad de los productos y/o servicios que ofrecen, las empresas de manera individual son pocas las que llegan a adquirir dicho beneficio de renombre, sin embargo, a forma más generalizada el sector de bomboná llega a tener un predominio en cuanto al comercio de ropa, juguetería y marroquinerías, por ende, las empresas que están ubicadas en esta parte de la ciudad llegan a beneficiarse de ello.

Lo anterior llega a obligar a que las nuevas empresas requieran mayores inversiones para que las condiciones en que la percepción de las personas llegue a definir que lo que compra sean de igual calidad y obtenga los mismos beneficios de las empresas ya instaladas.

Inversión de capital

Esta barrera se refiere a la inversión inicial que requiere una empresa para comenzar a funcionar, dentro de este se encuentra la adquisición de la tecnología, materiales, materia prima, necesarios para la producción de un bien o prestación de un servicio, está por lo general llega a significar un gran obstáculo para entrar en el mercado, cada tipo de empresas llegan a definir la dificultad de ingreso debido a las necesidades que requieran para comenzar a operar.

En cuanto al sector marroquintero el impacto que esta barrera representa es mediano, debido a que a pesar de que existen maquinas cuyo rendimiento es alto, en las empresas locales llegan a contar con una desactualización en la maquinaria para la elaboración de estos productos. Esto representa una desventaja competitiva ya que muchas cuentan con máquinas de incluso más de 10 años de uso, mientras que otros han dejado de optar por producir y pagan a terceros para luego comercializarlos.

Desventaja en costos independiente de la escala

Las nuevas empresas cuando ingresan al mercado se enfrentan

ante ventajas competitivas que poseen las ya instaladas en él, estas pueden ser principalmente por la experiencia que han llegado a adquirir sus gerentes a través del tiempo, seguida por un conocimiento mayor sobre los proveedores, incluso en ocasiones alianzas con ellos, obteniendo un mayor beneficio y por patentes que ya hayan realizado.

Lo anteriormente expuesto llega a obligar a las nuevas empresas a una mayor inversión de su parte, para así, adaptarse a las necesidades y requisitos que hayan sido establecidas por las empresas que ya se encontraban funcionando antes que ellas y de esta forma llegar a ser competitivas.

De acuerdo a lo que establece el concepto de la barrera “Desventaja en costos independiente de la escala”, en cuanto a la experiencia y proveedores las empresas locales llegan a contar con una fortaleza bastante amplia debido a que sus gerentes son personas quienes cuentan con mucha trayectoria dentro de este sector, además que el departamento de Nariño cuenta con una vasta oferta de materia prima requerida para la producción de artículos hechos en cuero.

Acceso a los canales de distribución

Las empresas ya establecidas llegan a tener una mayor facilidad para distribución de sus productos frente a las nuevas, las cuales tienen que planear sus métodos de distribución, a la vez de buscar negociaciones con terceros para llegar a hacerlo. Esto puede inducir a los nuevos empresarios a reducir sus precios para atraer la atención de los distribuidores o aumentar la calidad, lo cual también los afectaría de forma negativa en términos financieros de la empresa. También existe la posibilidad, aunque más costosa, la cual es la de distribuir sus productos, ellos mismos mediante la creación de una instalación física para hacerlo.

En cuanto a las empresas marroquinteras, la mayoría llegan a tener áreas comerciales definidas, por lo tanto, llega a representar una fortaleza, reduciendo sus riesgos dentro del mercado, sin embargo, cabe mencionar que carecen de medios masivos para su distribución.

2. Rivalidad entre los competidores

La rivalidad entre los competidores llega a ser alta dentro de este sector, particularmente porque no cuentan con características diferenciadoras que lleguen a convencer al público de optar por sus productos, además de que los resultados arrojan que tienen claramente definido su mercado objetivo, sin embargo, a la hora de realizar el trabajo de campo se evidenció que no llega a ser así en muchas de las empresas al igual que sus estrategias no llegan a estar planteadas de la forma correcta para maximizar sus resultados.

El número de compañías que se dedican a la producción y/o comercialización de artículos hechos de cuero llega a ser considerablemente alto, no solo por la oferta que existe por parte de empresas locales, sino que también se suma la presencia de otras regiones que llegan a este mercado, por lo cual llegan a estar enfrentadas en guerras de precios. En la mayoría de los casos no tienen su grupo de clientes fijos, y la venta se llega a hacer generalmente persona a persona, debido a que no llegan a tener mecanismos para la venta, a través de otros medios que no sea el presencial.

3. Poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza consiste en la capacidad de negociar que tienen los proveedores, en parte esto llega a contribuir a la rentabilidad de una empresa, a medida que disminuya el número de proveedores, aumenta el poder de negociación de ellos, debido a la poca oferta y competencia existente, llegan a otorgar ciertos beneficios para que puedan aumentar el precio de sus productos con mayor facilidad y la organización no tenga muchas opciones y abstenerse de comprarles a dicho valor, mayores plazos para entregar los pedidos, formas y plazos de pago.

Otro punto que llega a estar relacionado con la cantidad de proveedores, es la disposición de cierta cantidad de productos a pedir, debido a que muchas veces llega a crearse un problema cuando la empresa requiere de una compra de un gran número de insumos y el proveedor no llega a contar con la capacidad para suplir todo el pedido, obligando a buscar a otros para completar lo requerido o desde un punto pesimista a disminuir la producción, ya que no se cuenta con los materiales necesarios para hacerlo como normalmente se produciría.

Lo anteriormente mencionado además de otras connotaciones que conlleva esta fuerza llega a afectar la competitividad de las empresas, es por eso que Michael Porter lo llega a categorizar como un complemento importante dentro de las organizaciones.

En cuanto a la situación de las empresas marroquineras y sus proveedores, llegan a tener una moderada cantidad de ofertantes para el abastecimiento de sus recursos para la producción, además, el tiempo que los gerentes llevan dentro de este sector contribuye a que conozcan mayor cantidad de ofertas para obtener sus suministros, de esta forma no llegar a estar ligado a uno solo, a consecuencia de lo anteriormente mencionado el poder de negociación de las empresas que llegan a suministrar los materiales necesarios en las organizaciones es bajo.

La fuerza que llegan obtener los proveedores a la hora de negociar llega a ser dada debido al entorno: cantidad, importancia y la complejidad de los materiales que proporcionen a la empresa.

4. Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación que tiene una empresa frente a los clientes está dada frente a dos factores los cuales son: la sensibilidad de los consumidores hacia los precios y el poder de negociación. Existen variables que llegan a incidir en los clientes, algunos de ellos son:

- **Concentración de clientes:** cuando llega a existir un número pequeño de clientes, ellos adquieren más poder de negociación y la oportunidad de exigir más debido a eso.
- **Volumen de compras:** a medida que el precio del producto que el cliente desea comprar llega a aumentar su poder de negociación.
- **Diferenciación:** mayor es el poder de negociación de los clientes cuando existe poca diferenciación de la empresa con la competencia.
- **Información acerca del proveedor:** cuando el cliente llega a tener un conocimiento mayor sobre los productos, su calidad, y/o demás características de él, poseen más argumentos a la hora de negociar.
- **Productos sustitutos:** cuando llega a existir un mercado de productos sustitutos creciente, el poder de negociación de los clientes llega a aumentar debido a la mayor oferta que existe.

En este tipo de empresas se llega a evidenciar una gran concentración de clientes, en muchas de ellas existe poca diferenciación si se llega a compararlas y un gran mercado de productos sustitutos para algunos de sus productos como lo son las chaquetas, bolsos y zapatos. Por esto, los compradores poseen un alto poder de negociación debido a que pueden obtener los productos de distintos lugares, además de que existe una fuerte oferta tanto por parte de la competencia directa como la indirecta, la cual se entrara en detalle en el inciso siguiente. Este elevado poder de negociación se vuelve una amenaza cuando los compradores obligan a entrar en una guerra de precios en muchos de los casos.

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Los productos sustitutos llegan a ser aquellos que suplen las mismas necesidades y tienen la posibilidad de reemplazar a los “originales” y llegan a considerarse como alternativas de ellos.

El grupo de productos sustitutos está conformado por los comercializadores de productos hechos en cuero sintético, también los bolsos, maletas y accesorios fabricados de tela, los artesanales, las prendas de vestir y zapatos en cualquier material, estos implican una latente amenaza para este sector debido al hecho de que existe una extensa oferta de productos sustitutos, si bien es cierto que su calidad llega a ser muy diferente a la de productos hechos en cuero, el precio más bajo llega a representar un problema para estas compañías, obligándolas a bajar sus precios, reduciendo la rentabilidad de ellas.

CONCLUSIONES

En el diagnóstico del sector marroquinerero de la ciudad de San Juan de Pasto, se determinó el perfil y las características que poseen las empresas que lo integran, así:

Un bajo costo de su principal materia prima, alta calidad de los cueros, artesanos calificados para realizar productos en cuero propicios para entrar al mercado, baja calidad en los productos finales, bajos niveles de productividad, pocas estrategias de mercadeo, inexistencia de especialización en los productos, alto poder de negociación de los proveedores y un precario nivel tecnológico dentro de las empresas marroquineras.

Se evaluaron los factores críticos que determinan la competitividad, la cual se llevó a cabo con la participación de gerentes y

personas, quienes con su tiempo de permanencia han adquirido suficiente información sobre la empresa para realizarla de forma confiable y certera, con el fin de medir el conocimiento y valorar cada uno de los elementos más importantes. Lo anterior contribuyó a que una vez terminada la evaluación se concluyera que los principales son: el avance tecnológico, el reconocimiento global de estos productos, el acompañamiento de organizaciones, la gran competencia existente, el contrabando, decremento de las ventas, desabastecimiento de cuero de buena calidad, los años que llevan sus gerentes dentro del sector, basta información sobre sus competidores, conocimiento de oferta de proveedores, bajo nivel de endeudamiento, bajo nivel educativo de las personas a cargo de las compañías, carecen de estrategias diferenciadoras, escasos de sistemas de distribución, y el que no tengan programas de calidad, de inducción y capacitación de sus empleados.

Se realizó un análisis matricial donde se tomaron la Matriz Interna, Matriz externa, Matriz Interna- Externa y DOFA, con las cuales se determinó que el entorno externo de las PYMES marroquineras llega a ser favorable para ellas, de igual forma, se concluyó que las fortalezas de ellas son mayores a las debilidades que presentan, además de establecerse que están dentro del Sector V dentro de la Matriz Interna – Externa. Con lo anterior se formularon estrategias basadas en los resultados arrojados por las matrices.

Las principales estrategias que deben desarrollar las empresas de este sector es la alianza corporativa, la incrementación de la tecnificación de los procesos e infraestructura, implementación de herramientas virtuales, el desarrollo de estrategias diferenciadoras, mayor cantidad de recursos destinados a la mezcla de mercadeo y un gran enfoque en la innovación y mejora de los productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS. (2012) Comportamiento del consumo de marroquinería en Colombia (en línea). En: ACICAM. 2012. Disponible en: https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi18urDIMfSAhXmv1QKHe15BUoQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.acicam.org%2Fcategory%2F10-comprometria-marroquineria%3Fdownload%3D136%253Aagosto-2015&usg=AFQjCNFTJuCsUFHMDhxPiU_IZ_WVUTx6vw

PORTER, Michael. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires. Javier Vergara Editor. 1.007pp.

Porter, Michael. (1999). Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Bilbao. Ediciones DEUSTO, 478 pp.

Porter, Michael (2006). Estrategia y ventaja competitiva. Deusto: España

Santacruz, D. (2013) Alternativas a objetos comunes de la marroquinería en Nariño. Universidad de Nariño. Trabajo de grado de pregrado en Diseño industrial. San Juan de Pasto. 2013. 129 p.



10

Impacto económico, social y ambiental en Colombia por el proceso de globalización

*Ana Lucía Casanova Guerrero¹
Armando Paz Yaqueno²*



RESUMEN

Se analiza el fenómeno económico, político y social de la globalización, desde un punto de vista crítico propositivo, según algunos postulados de pensadores y economistas reconocidos a nivel mundial, pero lo más importante, teniendo en cuenta como este proceso ha impactado realmente la situación económica, social y ambiental de países del tercer mundo, como Colombia, en los últimos treinta años.

Describe cómo la Globalización ha favorecido el crecimiento de la riqueza de grandes capitalistas transnacionales y nacionales, a costa de disminuir las condiciones económicas y sociales de una buena parte de la población, concretamente los micro, pequeños y medianos empresarios y de la masa de trabajadores, urbanos y rurales.

Analiza cómo la aplicación del modelo Neoliberal impuesto en el proceso de Globalización, por los organismos multilaterales, ha sido la causa fundamental en la depredación del planeta, especialmente en los países subdesarrollados, con la extracción de hidrocarburos, minerales, metales y materias primas de la gran producción agroindustrial para servir la demanda, en el mercado internacional, de industrias transnacionales, que generan grandes problemas ambientales y sociales, irreparables.

Para finalizar se propone como alternativa de solución, la aplicación de un modelo de desarrollo alternativo al modelo de desarrollo Neoliberal, la aplicación del modelo de desarrollo Endógeno o de Desarrollo Hacia Dentro, donde la participación del Estado es fundamental, para regular la economía, con políticas económicas expansivas, que definan una distribución equitativa de la riqueza nacional y un control adecuado del comercio internacional, para determinar procesos de desarrollo económico, social y ambiental que mejoren especialmente las condiciones de vida de toda la población o al menos de la mayoría.

¹ Economista, Especialista en Gerencia de Mercadeo. Maestrante en Mercadeo. Grupo de investigación Gestión y Competitividad. Docente investigador. Correo: alcasanova@iucsmag.edu.co

² Economista. Especialista en Gerencia de Mercadeo. Magister en Mercadeo Agroindustrial. Grupo de investigación Gestión y Competitividad. Docente investigador. Programa de Administración de Empresas I.U.CESMAG. Correo: apaz@iucsmag.edu.co

ABSTRACT

The economic, political and social phenomenon of globalization is analyzed, from a positive critical point of view, taking into account some postulates of internationally recognized thinkers and economists, but most importantly, considering how this process has really impacted on the economic, social and environmental situation of third world countries, such as Colombia, in the last thirty years.

It describes how Globalization has favored the growth of the wealth of large transnational and national capitalists, at the cost of diminishing the economic and social conditions of a large part of the population, specifically the micro, small and medium entrepreneurs and the mass of workers, urban and rural.

Analyze how the application of the Neoliberal model imposed in the process of Globalization, by multilateral organizations, has been the fundamental cause in the depredation of the planet, especially in underdeveloped countries, with the extraction of hydrocarbons, minerals, metals and raw materials from the great agroindustrial production for the demand, in the international market, of transnational industries, which generate great environmental and social problems, irreparable.

Finally, it is proposed as an alternative solution, the application of an alternative development model to the Neoliberal development model, the application of the Endogenous development model or of Inward Development, where the participation of the state is fundamental, to regulate the economy, with expansive economic policies, which define an equitable distribution of national wealth and therefore a process of improving the living conditions of the entire population or at least of the majority.

Palabras clave: Ambiental, económico, globalización, modelo, social.

Keywords: Environmental, economic, globalization, model, social.

INTRODUCCIÓN

El artículo tiene por objeto, analizar teorías, conceptos y realidades relacionados con el proceso de globalización y su incidencia en la economía nacional, teniendo en cuenta que es de vital importancia conocer el entorno macroeconómico mundial, para determinar la posición competitiva de las empresas a nivel local, regional, nacional y mundial, con el propósito de definir las oportunidades y amenazas, que este fenómeno mundial está dejando a los países del tercer mundo, como Colombia, en lo económico, político, social y ambiental.

Frente a esta situación se propone la aplicación de un modelo de desarrollo alternativo como el modelo de desarrollo Endógeno o de Desarrollo Hacia Dentro, teniendo en cuenta los aspectos políticos, económicos, sociales y ambientales, que permitan a la economía nacional mayor competitividad en el mercado nacional e internacional, sin menoscabo de los aspectos sociales y ambientales, para lograr el desarrollo empresarial, que permita el crecimiento de la oferta, con productos de calidad, para satisfacer el mercado interno, en primera instancia, y en segunda instancia el mercado externo con los excedentes del PIB (Producto Interno Bruto).

Para el análisis de la incidencia de la Globalización en economías como la colombiana, se tendrá en cuenta las propuestas de desarrollo alternativo, de algunos autores como: Oswaldo Sunkel, Garay, Stiglitz, Giovanni Reyes y Diago, entre otros, para finalizar haciendo propuestas de solución al problema planteado.

IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL EN COLOMBIA

POR EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

Al abordar el tema de la globalización, se encuentran diferentes enfoques, aquellos que defienden la globalización, como la posición sociológica expresada por Stiglitz (2002), que da como ejemplo el aumento del comercio de bienes y servicios en países como Corea y Taiwán, defendiendo la privatización y la liberación de las economías, así como el uso de las nuevas tecnologías. Lo presenta como un fenómeno donde lo importante es el manejo de las capacidades del talento humano. Deja de lado aspectos geopolíticos importantes como la “ayuda” de Estados Unidos a países emergentes con el Plan Marshall para la recuperación y reconstrucción, estrategia económica y política fundamental, para que estos países hayan logrado un relativo desarrollo capitalista.

Por otro lado, se encuentra el enfoque de Garay que considera que la globalización es “un proceso dialéctico, contradictorio, desigual, heterogéneo, discontinuo y asincrónico de carácter estructural que se despliega bajo el liderazgo de países desarrollados, reproduciéndose interrelacionadamente en las esferas económica, política y cultural” (Garay, 1999), analiza cómo la integración en la economía mundial para los países pobres es destructiva y empobrecedora, y cómo este proceso contribuye al crecimiento y acumulación del gran capital nacional y transnacional. En otros términos el proceso de globalización ha favorecido la situación económica de los grandes capitales nacionales y transnacionales y ha perjudicado evidentemente a los pequeños empresarios y a la masa de trabajadores, los primeros porque cada día desaparecen o se sostienen en condiciones antieconómicas y sociales, enfrentando mercados prácticamente imposibles de competir con grandes empresas y los trabajadores día tras día son más explotados, con salarios reales bajos y en condiciones laborales cada vez más desfavorables e inestables.

Bauman (2002), afirma que el Estado debe ser protagonista y protector frente a la globalización, mediante instituciones que permitan regular los desfases económicos, sociales y ambientales que este proceso origina. Frente a esta posición los países como Colombia deberían tener un Estado eficiente y eficaz frente al reto de la globalización, tomando de esta las oportunidades para convertirlas en fortalezas que le sirvan en lo posible a toda o a la mayor parte de sus habitantes. Frente a las amenazas, el Estado debe ser el “escudo” protector de la economía en general, pero sobre todo de los micro, pequeños y medianos empresarios, así como de la masa de trabajadores, utilizando políticas económicas fiscales, monetarias y cambiarias que le permitan a este sector de la población, participar activamente en el proceso de desarrollo económico, social y ambiental; local, regional y nacional.

Podría afirmarse teniendo en cuenta, la realidad del país y de algunos estudios de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), que la globalización es un proceso mundial que ha dejado impactos económicos, sociales, políticos y ambientales, positivos y negativos como los que se describen a continuación:



Figura 1. Que fue de la Globalización

Fuente: Misionera (2015). Obtenido de: <https://antenamisionera.wordpress.com/2015/09/14/que-fue-de-la-globalizacion/>

La economía en general debe asumir mayor competitividad, sin embargo, no se ha tenido en cuenta los costos sociales y ambientales que este proceso genera: todo proceso que busque competitividad debe partir de la productividad, es decir, de utilizar menores costos y una mayor producción, situación que genera mayor explotación de todos los recursos productivos (tierra, capital y trabajo); si se tiene en cuenta que, la tierra es sobre explotada con métodos productivos que utilizan tecnologías que van en contra de la biodiversidad, especialmente de la micro fauna, generando con esto un desencadenamiento mortal para un sin número de cadenas tróficas. De esta situación surgen propuestas, como las de Moncayo (2002):

En la medida en que una de sus preocupaciones centrales es el uso y conservación de los recursos naturales y que estos están localizados territorialmente, el enfoque del desarrollo sostenible le agrega la dimensión ecológica al concepto de endogeneidad del desarrollo. En este sentido, la sostenibilidad de un territorio estaría dada, por un lado, por la garantía de suministro de recursos naturales y del flujo de servicios ambientales esenciales para la supervivencia de la comunidad, y por el otro, por el adecuado aprovechamiento económico de dichos recursos (p. 24).

Desde el punto de vista del trabajo, se genera desempleo de la mano de obra “no calificada” a costa de emplear “trabajo calificado”, el problema es la proporción del desempleo frente al empleo que se genera, donde los más perjudicados es la masa de trabajadores no calificados, que quedan desempleados por los procesos de tecnificación y desarrollo de las empresas en general, sobre todo en las grandes empresas, surge el desempleo estructural, que es la base para el crecimiento del subsector informal de la economía (el rebusque legal e ilegal), con todos los problemas económicos, sociales y psiquiátricos que esta situación genera.

Como lo afirma (Zorro, 2008, p.32) las condiciones económicas de países como Colombia, al incursionar en los mercados mundiales favorecen a los grupos privilegiados, incrementando la desigualdad social, y en mayor proporción beneficia a firmas multinacionales que son las que se limitan a la búsqueda de menores costos de producción.

Según esta situación, la teoría del Estado de Trabajo Shumpeteriano (ETS) (Moncayo, 2002) afirma:

La innovación, la competitividad y la flexibilidad son cada vez más procesos localizados, de aquí se sigue que el principal escenario del ETS sería la región, y su principal preocupación la de cómo modelar las economías regionales para hacerlas más competitivas en la nueva economía mundial (p. 27).

Si esta propuesta se complementa con el desarrollo endógeno, es decir, un modelo que permita aprovechar sus propias capacidades y potencialidades de manera armónica, integrando los aspectos sociales, políticos, culturales y ambientales, donde el Estado sea el protagonista principal en los procesos de desarrollo, se lograría fortalecer, en primera instancia, la economía local, regional y nacional, para que sea capaz de enfrentar en el mediano y largo plazo los retos de la globalización.

Incremento de importaciones y disminución de exportaciones, con lo cual se aumenta el déficit en la Balanza de Pagos, y por lo tanto se aumenta la deuda externa. Esta situación "obliga" al gobierno a aplicar políticas económicas restrictivas, como el aumento de impuestos y la disminución del gasto; aumento de las tasas de interés y disminución de la oferta monetaria; gran dependencia de exportaciones de productos primarios, con bajo valor agregado e importación de bienes de la alta tecnología, a precios muy altos que, en el intercambio real, son desfavorables para economías como la colombiana.

Para complementar, el problema se agrava, porque se depende del dólar como divisa, que es manejado unilateral por el Banco Central de Estados Unidos, que realiza la política monetaria mundial, de acuerdo a sus necesidades, no a las necesidades del mundo termundista, por esta situación, según Diago (2013):

A pesar de las medidas que tomen los estados nacionales, siempre existirá el problema del riesgo cambiario y queda en entre dicho el tipo de cambio flexible, que supone un mercado de divisas donde el juego entre demanda y oferta determina el precio de la divisa, en otras palabras, los agentes del "mercado cambiario" trabajan para sus beneficios sin importar el interés de la sociedad (p. 57).).

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo expuesto, es necesario tener claro, que en el proceso de globalización se deben aplicar políticas económicas y sociales, por parte del Estado, que debe ser protagonista, involucrando al sector de la micro, pequeña, mediana y gran empresa, el sector educativo, los gremios y agencias de desarrollo, para enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades de este fenómeno económico mundial. Proteger la masa de trabajadores urbanos y rurales, pero sobretodo el medio ambiente. Se observa cómo el proceso de globalización ha generado crecimiento acelerado del subsector informal y del desempleo, y con ello el crecimiento de graves problemas económicos, sociales y ambientales, sin precedentes, en una buena parte de la población.

Se observa en los últimos treinta años como el proceso de globalización ha favorecido a países desarrollados, concretamente a las empresas del gran capital transnacional, que tienen estructuras económicas y políticas fuertes en comparación con países subdesarrollados como Colombia, por lo tanto, para enfrentar, este proceso de desarrollo económico, político y social, se debe asumir, siempre y cuando estas economías hayan tenido un proceso de desarrollo adecuado, para enfrentar el mercado internacional, en condiciones favorables no lo contrario.

La competitividad se logra cuando se producen bienes y servicios de mejor calidad y a menor precio que la competencia, tarea difícil, más no imposible si se cuenta con políticas articuladas en busca de cadenas productivas que permitan impulsar a los diferentes subsectores de la economía.

Se requiere por parte del Estado mayor control de capitales especulativos, e incentivar aquellas inversiones extranjeras que sirvan para desarrollar actividades productivas, que generen empleo digno, y por lo tanto crecimiento económico y bienestar social.

El Modelo de Desarrollo Endógeno o de Desarrollo Hacia Dentro, emerge como una propuesta que incluye fundamentalmente el desarrollo regional y local, para servir en primera instancia el mercado interno, insistiendo en el desarrollo empresarial, combinando la innovación tecnológica con los conocimientos ancestrales, para aprovechar las potencialidades económicas, políticas, sociales y ambientales de cada región (González, 2011, p. 6).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bauman, Z. (2002). Pánico en la globalización. El desafío ético de la globalización. Obtenido en: <http://antropologiaunad.files.wordpress.com/2009/03/bauman.pdf>.

Diago, F. (2013). Capitales golondrina su incidencia en países emergentes: caso Colombia. Obtenido en: <http://www.unilibrebaq.edu.co>

Garay, Luis Jorge. (1999) Globalización y crisis, Tercer Mundo Editores, Bogotá

González, E. C. H. (2011). Desarrollo Regional. Módulo contexto socio-económico. Maestría en Mercadeo, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Manizales: Universidad de Manizales. Obtenido en: http://cedum.umanizales.edu.co/contenidos/mae_mercadeo_new/contexto_socioeconomico/criteriosconceptuales/lecturasrequeridas/pdf/unidad2.pdf "t "blank"

Misionera, B. D. (2015). ¿Qué fue de la globalización? Obtenido en: <https://antenamisionera.wordpress.com/2015/09/14/que-fue-de-la-globalizacion/>.

Moncayo, E. (2002). Nuevos enfoques teóricos, evolución de las políticas regionales e impacto terrorial de la globalización. Santiago de Chile: ILPES.

Stiglitz, J. (2002). El malestar de la Globalización. Santillana Ediciones Generales, S.L. Madrid, España

Zorro, C. (2008). Sentido y Fundamento de una aproximación interdimensional al desarrollo regional y a las políticas para lograrlo. En A. Guerrero, & F. Anyella, Desarrollo Regional, Globalización y Competitividad. Bucaramanga: UIS.



El talento humano como factor competitivo en el fortalecimiento de las organizaciones¹

*Diana Gicela Villota Ortega²
Jinha Mauren Botina Mora³*

RESUMEN

En el ámbito económico la competitividad juega un rol fundamental en empresas y el desarrollo de los países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Las ventajas comparativas influyen de forma determinante, ya que las mismas proporcionarán el alcance, sostenimiento y mejoramiento en cuanto a la posición socio-económica en que se encuentre una empresa o país. Las ventajas comparativas involucran aquellos recursos que posee una empresa, materia prima, tecnología, conocimientos, y por supuesto, el talento humano, el cual resalta en comparación con los otros recursos.

Actualmente la gestión del Talento humano se debe considerar como una de las estrategias más relevantes para alcanzar la productividad y el direccionamiento hacia la competitividad, capaz de incidir positivamente en la formulación e implementación de los objetivos de la empresa, cabe destacar que aquellas organizaciones que invierten en su Talento Humano, convierten a sus colaboradores en una de las mayores ventajas competitivas, debido a la generación de un capital humano con mayores niveles de especialización y desarrollo de habilidades y destrezas personales que repercuten en la productividad empresarial. Uno de los objetivos fundamentales de la Gestión del Talento Humano es atraer, retener y desarrollar al personal, usando adecuadamente las prácticas de reclutamiento, selección, contratación capacitación, desarrollo y bienestar social.

El propósito de este artículo, es hacer énfasis en la importancia de la gestión del Talento Humano en las organizaciones modernas como herramienta fundamental para lograr la competitividad empresarial y regional.

- 1 Artículo derivado de las investigaciones Procesos de control y mejoramiento productivo, Grupo de investigación Gestión y Competitividad, Institución Universitaria CESMAG y Fortalecimiento contable, administrativo y financiero, Institución Universitaria CESMAG.
- 2 Ingeniera Industrial. Magíster en Administración y Competitividad, Universidad Mariana; especialista en Gestión de la Informática Educativa; especialista en Docencia Universitaria. Docente investigadora adscrita al grupo de investigación Gestión y Competitividad, I.U.CESMAG. Correo electrónico: dgvillota@iucsmag.edu.co
- 3 Administradora de empresas. Estudiante de maestría Administración de organizaciones; especialista en administración educativa. Docente investigadora adscrita el grupo de investigación Sinergia, I.U.CESMAG. Correo electrónico: jmbotina@iucsmag.edu.co

ABSTRACT

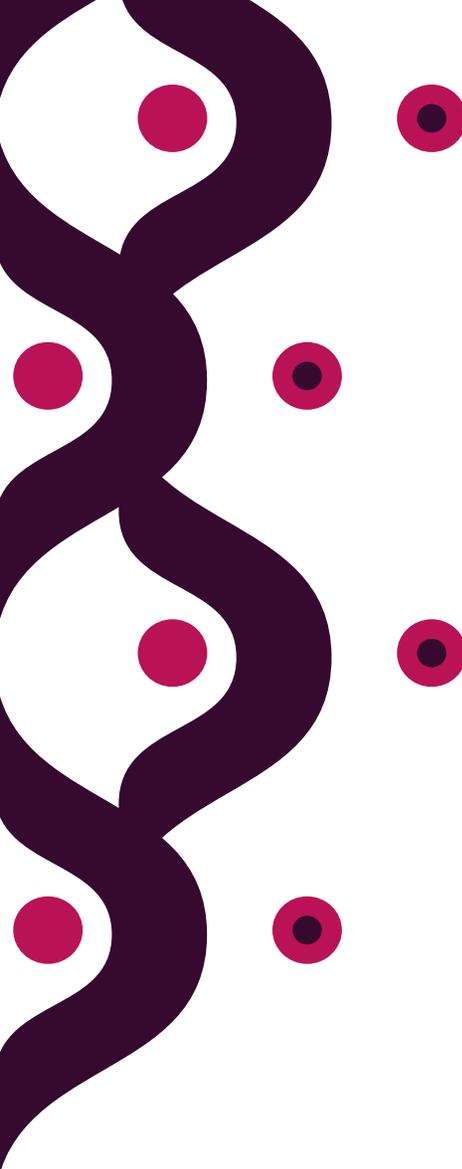
In the economic sphere, competitiveness plays a fundamental role in companies and the development of countries, thus defining the aptitude of each one to be able to stay in the market. The comparative advantages influence in a decisive way since they will provide the scope, sustainability and improvement in terms of the socio-economic position in which a company or country is located. The comparative advantages involve those resources that a company has raw material, technology, knowledge, and, of course, human talent, which stands out in comparison with the other resources.

Nowadays the management of human talent should be considered as one of the most relevant strategies to achieve productivity and the direction towards competitiveness, capable of positively influencing the formulation and implementation of the company's objectives, it should be noted that those companies that invest in their Human Talent, they make their employees one of the greatest competitive advantages, due to the generation of human capital with higher levels of specialization and development of personal skills and abilities that have an impact on business productivity. One of the fundamental objectives of the Human Talent Management is to attract, retain and develop the staff, using properly the practices of recruitment, selection, hiring, training, development and social welfare.

The purpose of this article is to emphasize the importance of the management of Human Talent in modern organizations as a fundamental tool to achieve business and regional competitiveness.

Palabras clave: capital intelectual, competitividad, economías emergentes, habilidades y destrezas.

Keywords: Intellectual capital, competitiveness, emerging economies, skills and abilities.



Es de total claridad para todos que existen regiones en el mundo con características y particularidades que las tornan diferentes, distintas unas de otras, por múltiples factores que son inherentes a su cultura y área geográfica. Así mismo, sucede con su desarrollo socio-económico y competitividad; unas serán más desarrolladas y competitivas que otras, clasificando a los países en los llamados potencias mundiales, economías emergentes, países en vía de desarrollo e inclusive catalogarlas como países con bajo nivel de desarrollo socio-económico o los llamados subdesarrollados.

¿Pero...Qué es en esencia lo que permite que existan estas diferencias tan marcadas, mundialmente entre las regiones de diferentes continentes, dentro del mismo continente y al interior de los mismos países? Encontrar la respuesta a esta interrogante resulta interesante a la hora de evaluar las características de las regiones. Según Peter Drucker (2004), autor de la tendencia neoclásica, afirma que: "No existen países desarrollados, ni países subdesarrollados, sino simplemente países que saben administrar la tecnología existente y sus recursos disponibles y potencialidades, y países que todavía no saben hacerlo." En otros términos, existen países muy bien administrados y países que están aprendiendo a administrar sus potencialidades y recursos.

A través del tiempo, se vislumbra que han existido países catalogados como potencias mundiales que en la actualidad, han perdido éste reconocimiento y han surgido otras naciones pertenecientes al tercer mundo como economías emergentes, los cuales eran considerados como subdesarrollados y pobres, incapaces de asumir el liderazgo a nivel económico, tecnológico, político, educativo, entre otros aspectos. El desarrollo y avance tecnológico que pueda alcanzar una nación tercermundista en estos aspectos ha generado el desplazamiento de las llamadas potencias mundiales.

Se ha creído que la causa del bajo desarrollo y competitividad de las regiones ha obedecido, sobre todo, a factores económicos más que de otra índole. Los gobiernos se han preocupado por formular estrategias desde el punto de vista financiero y económico para impulsar el sector empresarial, olvidando un aspecto considerado el más importante como factor de desarrollo, el ser humano, con sus dimensiones y potencialidades, que abarcan sus habilidades conceptuales, humanas y técnicas, las cuales deben ser cultivadas mediante su formación, capacitación y educación continua.

Según Toffler (1995), en su libro “El cambio de poder”, afirma que se está dando un cambio en la estructura del poder, el que estará supeditado al factor conocimiento, siendo indudable que, en esta época de complejos y grandes cambios, el conocimiento se convierte en el recurso competitivo de las organizaciones; siendo la estrategia clave para enfrentar dichos cambios, permanecer y mantenerse en el mercado actual, la cualificación y continua capacitación y aprendizaje del talento humano.

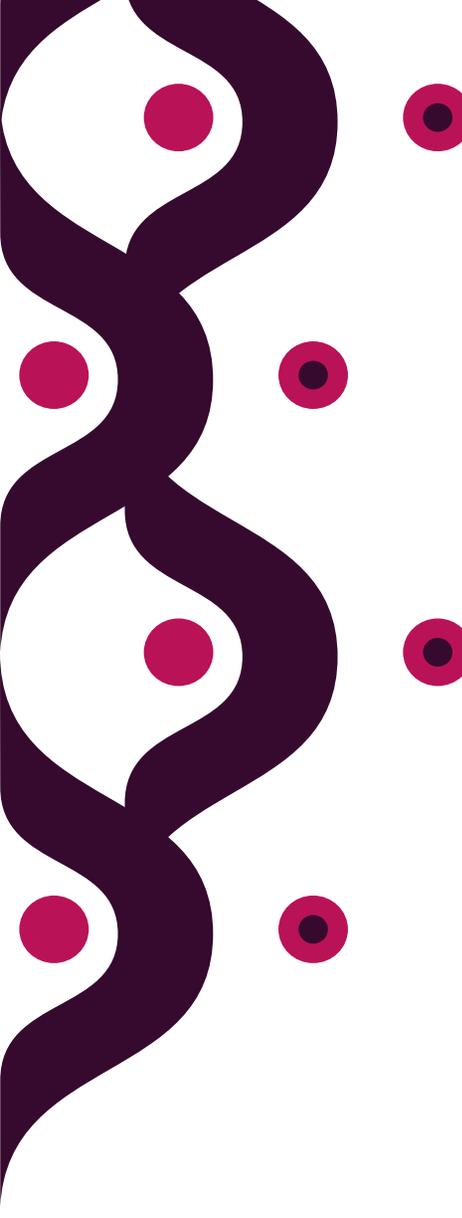
En concordancia con lo anterior, las denominadas economías emergentes han basado sus factores éxito para generar competitividad en el aprovechamiento de alguna de estas cualidades:

- Una elevada población, que sirve como mano de obra barata.
- Disponer de inmensas cantidades de recursos naturales (petróleo, carbón, cuencas hidráulicas etc...)
- Unas políticas que fomentan la inversión exterior, y medidas que auspician a que florezca el comercio y las relaciones bilaterales.
- Una población, que en ocasiones cuenta con una formación muy elevada.

En especial, esta última característica es la de mayor relevancia en la prosperidad de los países desarrollados y el fortalecimiento del sector empresarial. Por otra parte, la inversión constante en el capital intelectual ha permitido que los otros países tengan en la actualidad su lugar, y que hacia el 2050 se concentren en seguir desarrollando las habilidades del ser humano como uno de los pilares del desarrollo socio-económico de las regiones.

Por lo anterior, el talento humano o capital intelectual, como ventaja competitiva y factor diferenciador, deben estar en capacidad de brindar solución o alternativas de solución a los problemas del entorno, debe ser generador de liderazgo social, convirtiéndose en el recurso mas valioso de la empresa, por lo que como se dijo anteriormente, debe estar altamente calificado, de tal manera que promueva el desarrollo integral de las personas y de la sociedad en general.

Pese a las razones antes expuestas, en el contexto actual latinoamericano, esta nueva estimación del talento humano, como principal factor de desarrollo, debido a impedimentos de tipo cultural y social, no se ha tenido en cuenta a la hora de formular estrategias de competitividad. El sector empresarial, parece haber olvidado o relegado el concepto de empresa como una organización de tipo social, más que



económica y que la productividad empresarial depende directamente de la gestión del talento humano. En la actualidad, ni el sector empresarial, ni gubernamental centran su estrategia competitiva en su potencial humano, sino en la preocupación de sus aspectos económicos y financieros; como Patricia Aburdene (2006) afirma: “estas estructuras no crean los incentivos necesarios para que la gente ahorre, invierta, se eduque, innove y acceda a nuevas tecnologías” a pesar de las constantes circunstancias que evidencian el cambio, existen organizaciones del nivel público y privado que se resisten a iniciar el cambio.

Cuando una organización asume su talento humano como la principal fuerza de desarrollo social y económico, no solo decide brindar oportunidades y apoyo para la educación, formación y/o capacitación, sino también brinda oportunidades que generen satisfacción de las necesidades y bienestar para sus colaboradores. Propiciar alternativas de esparcimiento, relajación, diversión, socialización y evolución de los grupos informales ayudan a fortalecer la motivación y el sentido de pertenencia empresarial, lo cual repercute no solo en los niveles de productividad y competitividad, sino también en la calidad de vida de los colaboradores y su entorno familiar, contribuyendo de esta manera, al desarrollo integral de las personas y de la sociedad.

Para dar una respuesta oportuna ante los cambios que enfrentan las organizaciones modernas rumbo a la competitividad, se necesitan de dirigentes, tanto públicos como privados, que asuman el reto frente a la definición de estrategias de desarrollo empresarial basado en el capital intelectual, teniendo en cuenta que las organizaciones fueron creadas para satisfacer las necesidades y estar al servicio del ser humano, y no al contrario, el ser humano al servicio de las instituciones. Si la estrategia de desarrollo organizacional se concentra en el talento humano, los beneficios a corto plazo se traducirán en la fidelización de clientes, en un bienestar sostenible en la calidad de vida de sus colaboradores y por ende, en las utilidades y rentabilidad de la empresa.

Otro de los grandes flagelos que debe afrontar la sociedad actual es la corrupción a todo nivel y estamento, caracterizada por la derogación de uno de los principios organizacionales expuestos por Henry Fayol en la teoría clásica, en donde, debería prevalecer el interés general sobre el particular, cuestión que se practica de manera contraria en las empresas modernas.

Para erradicar el cáncer de la corrupción en las empresas, se debe priorizar en la formación en valores, la ética y la moral, proveniente de la primera institución, la familia, seguido de las instituciones de educación, en todos los niveles. Dichos valores permitirán trabajar y luchar por las necesidades de todos, dejando de lado la corrupción que tanto aqueja a las regiones, hecho que ha contribuido a acentuar las diferencias socio-económicas entre regiones y entre ciudadanos y la concentración de poder en unas cuantas manos, generando disparidades en todos los aspectos, llevando a la sociedad al caos y a grandes desaciertos e inconsistencias, sobre todo, en la gestión gubernamental, obstaculizando de manera prevista la distribución de riqueza, haciéndolo de manera clientelista y según intereses particulares.

Como lo establecen Acemoglu, D. y Robinson, J. (2012):

Privilegian a unos grupos de la sociedad por encima de otros y concentran el poder en una élite que actúa para su propio beneficio. Un punto fundamental es la capacidad del Estado para regular y gobernar la sociedad e impedir que se concentre el poder y la riqueza en manos de pocos. Solo con instituciones políticas inclusivas, esto es, que protejan la propiedad privada, estimulen la innovación emprendedora y generen incentivos para todos por igual, se puede salir del subdesarrollo. Es decir, de cómo se organice la política dependerá cómo funciona la economía (p. 112).

El sistema económico capitalista debe ser mas honrado, responsable e íntegro. Sin embargo, cabe la pregunta de cómo se lograría esto, además de garantizar las prosperidades financieras.

Otro aspecto a tener en cuenta en los pilares de la competitividad de una región recae en la educación en niveles superiores, éstas instituciones deben asumir el papel de ser motor para el desarrollo económico, social y cultural de la sociedad, posición que se puede afrontar a través de la investigación, pero un tipo de investigación aplicada, que entre a solventar situaciones de déficit e insuficiencia, en cualquier aspecto, de la sociedad o el entorno, con posibilidades de auto sostenimiento. Esta educación, formación y capacitación debe permitir a estudiantes desarrollar competencias, que les permitan desenvolverse en un mundo cada vez mas cambiante, exigente y competitivo, en donde su desempeño dependerá

en gran medida de su capacidad de adaptación a estos cambios del entorno, cabe aquí nombrar a Porter (2014), quien asegura que el éxito de cualquier país está en que las organizaciones tengan la capacidad de competir en el ambiente internacional, y que no son los modelos económicos los que generan competitividad de las naciones.

Pero para que esta educación sea pertinente, se debe formar y educar a los educadores, y para ello si es necesario, se deben establecer relaciones de cooperación, con instituciones de educación a todo nivel y a nivel mundial de alto reconocimiento, fomentando los procesos de movilidad docente, y aun de movilidad estudiantil, que proporcione conocimiento y experiencia, aspectos necesarios para la formulación de estrategias de mejoramiento, sin el miedo, de lo comúnmente conocido como fuga de cerebros, que a final de cuentas se prevé que estas personas retornarán al país con un basto bagaje y conocimientos que entrará a aplicarlos o mucho mejor, a adaptarlos y contextualizarlos al entorno imperante de su región.

De esta manera, se puede decir que una de las principales estrategias para la competitividad y la generación de factores diferenciadores de las regiones emergentes serán las alianzas Estado, universidad y empresa, en donde se plantea cómo debe interactuar la universidad con su entorno, haciendo énfasis en su misión de formación de gestores de la innovación; el estado, enfatizando en el desarrollo de políticas, aportes financieros para el fomento de la investigación y desarrollo y la empresa, enfatizando en la innovación y mejora continua de sus bienes y servicios para satisfacción del usuario final, éstos tres elementos deben interactuar y relacionarse creando una intersección, encontrando hoy en día docentes investigadores al interior de la empresa.

Sin embargo, para alcanzarlo con éxito se requiere inicialmente un cambio de mentalidad, un cambio de cultura, la cual debe partir desde los inicios de la vida del ser humano, inculcando el deseo y la necesidad de aprendizaje, educación y formación y la toma de conciencia de que para afrontar el cambio y profunda transformación de la sociedad se deben definir estrategias que permitan consolidar un desarrollo equitativo en todas las dimensiones.

Es por eso, que la educación en todos sus niveles debe analizar las características de los nuevos contextos, nacionales e internacionales, y adoptar la innovación como respuesta a los nuevos retos impuestos por el cambio empresarial predominante si se pretende seguir desarrollando las potencias regionales.

El camino hacia la competitividad en las regiones ha sido lento, por el momento, el avance no ha sido de gran significancia generándose así, una relación pasiva, siendo necesaria su articulación e interdependencia, conformando una sinergia a través de la dinamización en la que se busquen establecer redes interinstitucionales de cooperación, desarrollo conjunto de investigaciones y la sensibilización de sectores productivos en búsqueda de un bien común, trascendiendo lo económico y comprendiendo otras dimensiones como lo social, cultural, político y ambiental.

La responsabilidad de la empresa es generar y responder a los procesos de cambio, creando una cultura de investigación y desarrollo, promoviendo ventajas competitivas diferenciadoras para tratar de identificar oportunidades de mercado y cualificando su talento humano en todos los niveles de manera constante. El Estado por su parte, es responsable de implementar políticas públicas participativas y otorgar estímulos financieros a la investigación, desarrollo e innovación con el fin último de mejorar las capacidades de todos los actores de desarrollo regional, de acuerdo con sus intereses y objetivos, teniendo en cuenta sus características y valores.

Para concluir, se está viviendo drásticos cambios en la sociedad, caracterizados por ser rápidos, complejos y paradójicos; y en todo nivel, económico, social, político y cultural que afectan la existencia de todos los ciudadanos, por lo tanto, es ahora donde el principal potencial de desarrollo de los países

depende del talento humano, es por ello, que se hace necesario formar ciudadanos integrales, capaces de optimizar los recursos y de promover el desarrollo humano de sus colaboradores y de la sociedad en general, y esto se logra con personas con alto nivel de compromiso, con ellas mismas, con su familia, con su entorno inmediato y con su país y comprometidas con la formación y educación continua como fuente de progreso y desarrollo humano integral.

Los gobiernos, las instituciones públicas y privadas, las familias y cada uno debe propender por un nivel de educación apropiado y acorde, que facilite o genere la toma de decisiones encaminadas a mejorar la calidad de vida de la sociedad, de tal manera que se logre el bienestar social tan anhelado, que impulse la economía de las regiones y no solo de una porción de ellas; pues es aquí donde se origina la competitividad tendiente a propiciar la sostenibilidad de un país en la dinámica social, económica, cultural y política, puesto que un claro ejemplo de competitividad son las economías emergentes, las cuales se caracterizan por crecer continuamente y de una manera regular, tendiendo a cambiar el foco mundial a medio-largo plazo, de Europa y Japón, hacia otros sectores. La competitividad permite hacer la convergencia de la industrialización, y el cambio de una sociedad centrada en el sector primario a una sociedad dirigida hacia el sector terciario y sector secundario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aburdene, P. Megatendencias (2006). El surgimiento del capitalismo consciente. Norma.

Acemoglu, D. y Robinson, J. A. (2012). Por qué fracasan los países. Barcelona: Deusto.

Drucker, Peter (2000). Desafíos de la gerencia del siglo XXI. Profit

Porter, Michael (2014). Estrategia y competitividad. Continental.

Toffler, Alvin (1995). Cambio de poder. Bogotá: Plaza y Janés.



12

Modelo Contable Automatizado

Deixy Ximena Ramos Rivadeneira¹
Carlos Andrés Pantoja Ruano²
Chistian Camilo Córdoba Delgado³
Darío Esteban Portilla Flórez⁴
Dubbyer Alexis Caicedo Mora⁵

RESUMEN

La contabilidad siendo una herramienta importante dentro del convivir diario para pequeñas y grandes empresas se ha convertido en una herramienta fundamental para la debida toma de decisiones, que tiene por objeto obtener resultados favorables, al realizar inversiones económicas, en la actualidad es necesario contar con la implementación de un modelo contable automatizado que permita el acceso a la información financiera en forma oportuna e inmediata, facilitando que las transacciones comerciales de la empresa se realicen con mayor rapidez y exactitud. Así mismo, con un sistema de contabilidad computarizado, los informes se generan automáticamente, tales como: Diario, Mayor, Estados Financieros e Informes Especiales que ayuden a la administración en la toma de decisiones.

Palabras claves: automatización, contabilidad, empresas, modelo contable.

Keywords: automation, accounting, business, accounting model.

ABSTRACT

The accounting being an important tool inside cohabiting newspaper for small and big Business has become a fundamental tool for the due one taking of decisions that he has for object to obtain favorable results when carrying out economic investments, currently it is necessary to have the implementation of an automated accounting model that allows access to financial information in a timely and immediate manner, facilitating the commercial transactions of the company are made more quickly and accurately. Likewise, with a computerized accounting system, the reports are generated automatically, such as: Daily, Major, Financial Statements and Special Reports that help the administration in making decisions

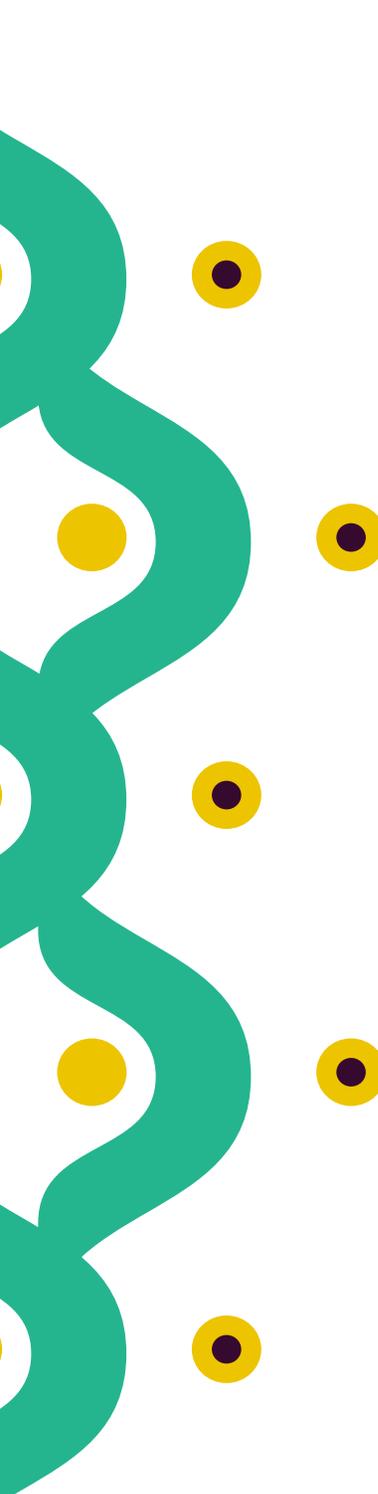
¹ Magister en Gestión de la Tecnología Educativa; Especialista en Gerencia Informática, Ingeniera de Sistemas, Docente investigadora adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la I.U.CESMAG. Investigadora del grupo de investigación Modelos Pedagógicos y grupo de investigación Luca Paccioli. dxramos@iucsmag.edu.co

² Magister en Gerencia y Auditoría Tributaria, Especialista en Derecho Tributario, Contador Público, Docente investigador del programa de Contaduría Pública, Institución Universitaria CESMAG, Grupo de investigación Sinergia. Correo: capantoja@iucsmag.edu.co

³ Estudiantes de séptimo semestre del programa de Contaduría pública de la facultad de ciencias administrativas y contables de la I.U CESMAG, correo: cordobacamilo071@gmail.com

⁴ Estudiantes de séptimo semestre del programa de Contaduría pública de la facultad de ciencias administrativas y contables de la I.U CESMAG, correo: darioo.06@hotmail.com

⁵ Estudiantes de séptimo semestre del programa de Contaduría pública de la facultad de ciencias administrativas y contables de la I.U CESMAG, correo: caicedo.dubier@gmail.com



En los últimos años se han presentado grandes avances en la tecnología a nivel mundial, lo cual va de la mano con los cambios que surgen en las nuevas demandas de información existentes en este nuevo entorno. Todo esto sirve como guía para la profesión contable, pues la contabilidad es quizás una de las actividades más importante dentro del campo de los negocios, dada su naturaleza de informar acerca del incremento de la riqueza, la productividad y el posicionamiento de las empresas en los ambientes competitivos. La importancia de los modelos contables radica en la utilidad que tienen éstos, tanto para la toma de decisiones de los socios de las empresas como para aquellos usuarios externos de la información.

Dicha importancia es reconocida y aceptada por cualquier ente privado o gubernamental considerando beneficios en la productividad y aprovechamiento del patrimonio, así como para cualquier información de carácter legal son imprescindibles los servicios prestados por la contabilidad, es igualmente esencial para la operación exitosa de un negocio, una universidad, una comunidad, un programa social o una ciudad. Todos los ciudadanos necesitan cierto conocimiento de contabilidad si desean actuar en forma inteligente y aceptar retos que les impone la sociedad.

Los modelos contables automatizados han formado parte de las herramientas de trabajo de muchas empresas desde hace más de 40 años, hasta tal punto que hoy en día son el motor de las operaciones de muchas de ellas, proporcionando así información oportuna, ahorro de tiempo y dinero. Esta característica ha permitido a los ingenieros en sistemas y a los propios contadores buscar la forma de satisfacer de una manera más completa las necesidades en las que se ve envuelta la empresa; por lo que han creado Sistemas Computarizados de Contabilidad que brindan los mismos beneficios que ofrecen los Sistemas de Contabilidad Manual, pero más eficientes y con menos posibilidad de errores.(De Andrade, 2006)

Un modelo contable automatizado elimina muchos procesos manuales engorrosos que llevan tiempo. Además de que los cálculos se realizan de manera automática, muchos programas contables permiten obtener múltiples informes, como el fin del año fiscal o las estadísticas, con sólo apretar un botón. En una época, los contadores de menor jerarquía pasaban horas recopilando la información para un documento

que hoy en día pueden completar en cuestión de segundos. Un beneficio adicional de la automatización de los procesos contables, es la capacidad de compartir la información de modo oportuno. Los usuarios autorizados pueden ingresar la información relacionada con las cuentas de la empresa de manera independiente en un sistema automatizado. Además, los documentos contables, como los estados financieros, se pueden enviar por correo electrónico a un colega en sólo un momento (Bezemer, 2012).

En la Actualidad se han automatizado tanto procesos como sistemas dentro de los cuales se integra, se ordena y se presenta la información contable. Esta integración se hace de forma global dentro de la empresa, en este sistema se alimentan diferentes factores tales como la producción, los inventarios de almacenaje, etc. Los cuales proveen información contable necesaria no solo para tomar decisiones, sino también para la forma de operación diaria de la empresa.(Cigliano, Pocco, & Pereira, 2014)

De modo que, el presente artículo contiene una visión introductoria en torno a la automatización de los modelos contables, así como su proceso, objetivos, importancia, entre otros aspectos relacionados.

Es por eso, que la Automatización en las organizaciones modernas, tanto públicas como privadas, la misión de las tecnologías de la información es facilitar la consecución de sus objetivos estratégicos. Para ello, se invierte una considerable cantidad de recursos en personal, equipos y tecnología, además de los costos derivados de la posible organización estructural que muchas veces conlleva la introducción de estas tecnologías. Esta importante inversión debe ser constantemente justificada en términos de eficacia y eficiencia. (Tunal, 2005)

Debido a la carencia de un modelo contable automatizado que contribuya a un control de sus transacciones y al desorden administrativo que permite tomar decisiones equivocadas, es necesario, la implementación de un modelo contable automatizado con el fin de ayudar a organizar contable y financieramente los recursos controlados por la empresa que permitan el mejoramiento continuo y que conlleve a un mayor desarrollo, además es importante resaltar que este será un apoyo para el área administrativa y contable en donde permite facilitar la obtención de información para hacer los análisis correspondientes y toma de decisiones. La construcción de un modelo contable propio no puede ser una estructura aislada de todo el sistema (Mejía, 2008)

Tomando como base la importancia que todo ente económico necesita conocer con exactitud de cómo se encuentra actualmente tanto económica como financieramente, de tal manera que permita brindar información a todos sus interesados, por este motivo los modelos contables automatizados, son elementos que necesitan amplio desarrollo pues hasta ahora en todo el mundo se trató de modelos para la contabilidad patrimonial y, dentro de ella para los estados contables financieros destinados a tercero ajenos al ente.

Es así, que el propósito del modelo contable es tratar de adaptarlo a las necesidades informativas de una empresa, el cual se considera especializado o calificado, con vistas a proporcionar información contable que sirva de soporte a la decisión de distribución de utilidades.

Un modelo contable se estructura sobre la base de tres conceptos: el capital a mantener, la unidad de medida y los criterios de medición. Cada uno de ellos refleja una realidad patrimonial, financiera y económica del ente en sus estados contables, así el modelo contable va adoptando diferentes conceptos, en sus tres parámetros, según sea el modelo contable adoptado, será la información que la contabilidad brindara a sus usuarios, debido a ello, surge la necesidad de uniformar el modelo contable, de este modo, se brindará información independiente a sus interesados, permitiendo un menor trabajo a la hora de analizar e interpretar la información. Lo que posibilitará disminuir el riesgo de equivocación.

El modelo contable internacional requiere de una estructura para la respectiva presentación de estados de resultados generalmente aceptados, en ellos se encuentra las NIC (normas internacionales de contabilidad) que son un conjunto de normas que establecen la información que debe presentarse en los estados financieros y forma en que esa información debe aparecer, son normas de alta calidad, orientadas al inversor cuyo objetivo es reflejar la esencia económica de las operaciones del negocio, y presentar una imagen fiel de la situación financiera de una empresa, las NIC son emitidas por IASB (International Accounting Standards Board, anterior IASC (International Accounting Standards Committee (Horacio, 2008).

La contabilidad y los modelos contables aplicable en los distintos países, han sido profundamente modificados por la dinámica ejercida desde los organismos emisores de estándares internacionales desde la IASB y IFAC, estos han incorporado al ámbito contable mundial, una serie de criterios de acción relacionados con el registro, la preparación, la presentación y el control de información financiera en los sectores público y privado. (Zamora, 2007)

Tabla 1. Modelos contables actuales

Modelo contable financiero o patrimonial	El modelo contable financiero se orienta a satisfacer fundamentalmente las necesidades del usuario externo, para lo cual prepara y presenta los denominados estados financieros
Modelo contable gerencial o de gestión	Rama de la contabilidad que tiene por objeto suministrar información interna cuantitativa y oportuna, con el fin de lograr la máxima eficiencia de la gestión empresarial
Modelo contable Económico o Nacional	La contabilidad económica o nacional tiene objetivos derivados de teorías económicas pues las metas sociales, tanto macro como micro, exceden el reduccionismo economista
Modelo contable social	La contabilidad social se encarga de dar solución a problemas sociales de la organización, como también medir los niveles de satisfacción de sus empleados etc.
Modelo contable gubernamental o publico	La contabilidad económica o nacional El sistema de contabilidad gubernamental, integrante del macro-sistema de administración financiera
Modelo forense	La auditoría forense le permite al contador público y auditor tener herramientas para encontrar errores o fraudes en la información financiera presentada por la administración de un ente económico
Modelo cultural	Frente a este tipo de contabilidad logramos identificar que era necesario el reconocimiento contable frente a diversas situaciones.

Los modelos contables integrantes del método científico de estudio de la contabilidad, forman un proceso continuo sin final que consiste en:

- Postular un modelo en observaciones o mediciones experimentales existentes.
- Verificar las predicciones de ese modelo contra posteriores observaciones o mediciones.
- Adaptar o sustituir el modelo si lo requieren las nuevas observaciones o mediciones.

Los modelos contables deben tomar en cuenta todos los supuestos:

- Recursos
- Oportunidades tecnológicas
- El espacio de acción
- Las creencias de probabilidades
- Las preferencias

A pesar de los avances tecnológicos existentes, es un hecho que desde hace varios años las pequeñas y medianas empresas no cuentan con manuales contables ni con equipos informáticos adecuados para la emisión de información relativa a la contabilidad.

El tiempo de hacer registros manuales conlleva tiempo, debido a su minuciosidad, involucran la participación de mucho personal, además de los errores humanos que se puedan filtrar en el momento de registrar las operaciones contables (Zamora, 2007).

Un sistema contable deriva la necesidad de llevar un adecuado control de las operaciones y transacciones financieras. Así como la de obtener y analizar información y emprender alguna acción basada en su interpretación, como predecir flujos de efectivo, apoyo en la planeación, organización, dirección y en la toma de decisiones.

La automatización contable permite vigilar, comprobar y contrastar la contabilidad, es evidente que ha sido un gran avance y ayuda para las empresas, en capacidad de innovación, el cual intenta desarrollar una metodología que permita valorar y registrar los activos intangibles de la empresa (Zamora, 2007).

Es así, que un modelo contable automatizado ayuda a organizar contable y financieramente los recursos controlados por la empresa; dicho sistema será implementado con el propósito de que cuente con una herramienta útil para sus directivos y personal de la empresa, al igual que los usuarios que se familiaricen con esta, para tener claro las aplicaciones de las operaciones que realizará.

Así mismo, un modelo contable automatizado orienta a la aplicación de procesos contables y financieros para facilitar su asimilación y contar con un sistema de control eficiente, ajustándose a las necesidades del área contable y financiera que sean un apoyo para su gerencia o área administrativa; en donde se reflejará mediante un estado de situación financiera cuáles han sido sus ingresos y cuales sus costos, también sus gastos de operación, de ventas o no operacionales. (Calvopiña, 2010)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bezemer, D. (2012). Modelos Contables y comprensión de la crisis financiera. *Revista de Economía Institucional*, 14(26), 47–76.

Calvopiña, L. (2010). (Tesis Implementación Sistema Contable). Retrieved from <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/227/1/T-UTC-0254.pdf>

Cigliano, M. M., Pocco, M. E., & Pereira, H. L. (2014). Avances tecnológicos y sus aplicaciones en la cibertaxonomía. *Technological Advances and Its Applications in Cybertaxonomy*, 73(1/2), 3–15. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=97179250&lang=es&site=ehost-live>

De Andrade, G. (2006). Hablando sobre Teorías y Modelos en las Ciencias Contables. *Actualidad Contable Faces*, 9(13), 42–53.

Horacio, L. (2008). Modelo contable. *Actualidad Contable Faces*, 7, 102.

Mejía, E. (2008). Fundamentos Teóricos del modelo contable común para las PYMES de América. *Estudios Gerenciales*, 24, 85.

Tunal, G. (2005). Automatización de los procesos de trabajo. *Red de Revista Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal*, 8(10), 11. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701009>

Zamora, G. (2007). Análisis de aplicación del sistema contable y su incidencia en los estados financieros., (8), 87.



13

Cambios en la contabilidad gubernamental en tiempos de globalización

Marleny Cecilia Farinango Vivanco ¹
Luis Alfonso Ruiz Parra ²

RESUMEN

El mundo de hoy es muy diferente en su esencia y en sus manifestaciones al del siglo pasado, es por tanto indispensable repensarlo todo, y la contabilidad no puede ser la excepción, pues desde su creación no se ha quedado estática, sino que por el contrario ha recorrido un camino dinámico con la historia de las organizaciones y los individuos. Es así como su aplicación metódica y objetiva bajo normas internacionales de información financiera tiene como propósito satisfacer las necesidades sociales de la humanidad aportando en la toma oportuna y eficaz de decisiones, pero es innegable que alcanzar ese fin no es fácil, pues depende de la subjetividad de las personas que la preparan y la usan, de su forma de ver el mundo y de verse a sí mismos, por lo tanto con este documento se pretende reflexionar acerca de cómo contribuye la contabilidad gubernamental en la construcción de esa subjetividad.

Para la elaboración del artículo se realizó la revisión bibliográfica de documentos de organismos internacionales y autores expertos en el tema a través de los cuales se imparten orientaciones para los países en relación con la contabilidad y la información financiera aportando las reflexiones pertinentes y correlacionando las fuentes secundarias con el pensamiento y experiencia profesional de los autores. El análisis permitió llegar a la conclusión de que la contabilidad no es una mera técnica que refleja la realidad y la dinámica económica de las organizaciones de manera neutral, como disciplina también contribuye a la configuración de una subjetividad específica que se expresa a través de las formas de mirar el mundo, de gestionarse a sí mismo y del lenguaje. Para apuntalar esta afirmación es necesario poner en diálogo la contabilidad con las ciencias sociales y otras áreas del conocimiento a través de ejercicios de interdisciplinariedad y transdisciplinariedad.

- 1 Magister en Gestión de la Tecnología Educativa, Universidad de Santander, especialista en gerencia de la informática educativa, Universidad de Santander, especialista en gerencia de proyectos, universidad Regional Autónoma de los Andes, especialista en Revisoría Fiscal, Universidad Mariana, Contador Público, Universidad Mariana. Integrante del grupo de investigación Luca Paccioli del Programa de Contabilidad Pública. Docente IU CESMAG. Correo electrónico: mcfarinango@iucsmag.edu.co
- 2 Especialista en Docencia Universitaria, estudiante de maestría en Derechos Humanos, ESAP, abogado, Universidad de Nariño. Integrante del grupo de investigación SINERGIA del Programa de Contabilidad Pública. Docente IU CESMAG. Correo electrónico: laruiz@iucsmag.edu.co

ABSTRACT

Today's world is very different in its essence and in its manifestations from that of the last century, it is therefore essential to rethink everything, and accounting can not be the exception, since its creation it has not remained static, but on the contrary has traveled a dynamic path with the history of organizations and individuals. This is how its methodical and objective application under international financial reporting standards has the purpose of satisfying the social needs of humanity by contributing to the timely and efficient decision making, but it is undeniable that achieving that goal is not easy, since it depends on subjectivity of the people who prepare and use it, of their way of seeing the world and of seeing themselves, therefore this document is intended to reflect on how government accounting contributes to the construction of that subjectivity.

For the elaboration of the article, a bibliographic review of documents of international organizations and expert authors on the subject was carried out, through which guidelines for countries in relation to accounting and financial information are provided, contributing the pertinent reflections and correlating the secondary sources. with the thinking and professional experience of the authors. The analysis led to the conclusion that accounting is not a mere technique that reflects the reality and economic dynamics of organizations in a neutral manner, as a discipline it also contributes to the configuration of a specific subjectivity expressed through the forms to look at the world, to manage itself and the language. To support this statement it is necessary to put accounting in dialogue with the social sciences and other areas of knowledge through interdisciplinary and transdisciplinarity exercises.

Palabras clave: contabilidad gubernamental, información financiera, financierización, subjetividad

Keywords: government accounting, financial information, financialization, subjectivity

INTRODUCCIÓN

Abordar la contabilidad más allá de la mera técnica contable implica atreverse a dudar de lo establecido e ir a la raíz de los fenómenos que de alguna manera afectan la contabilidad como disciplina. Para lograr este enfoque radical es necesario poner a dialogar la contabilidad con las ciencias sociales, yendo más allá del conjunto de técnicas e instrumentos con los que opera en el campo de lo pragmático.

Por lo general, se piensa que la contabilidad es un conjunto de instrumentos técnicos que reflejan la realidad y la dinámica económica de las organizaciones de manera neutral, pero poco se piensa en lo que esta hace con los sujetos que la preparan y con los que la usan, de qué modo interviene en la forma de ver el mundo y de verse a sí mismos, por lo tanto, conviene preguntarse cómo contribuye la contabilidad a la construcción de la subjetividad. Este es el marco en el que se mueven las siguientes reflexiones.

La globalización y la internacionalización del capital son fenómenos de incidencia fundamental en la definición de las tendencias y líneas de desarrollo de la contabilidad en el mundo. Los organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional-FMI, el Banco Mundial, la International Accounting Standards Boards – IASB han venido exigiendo y promoviendo la armonización de las normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de la información a los países de fuerte dependencia económica y financiera. Colombia, mediante la ley 1314 de 2009 reguló los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información, señaló las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y determinó las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. El propósito de este artículo es aportar algunos elementos de comprensión acerca de los intereses y objetivos que motivan la coincidencia de los organismos internacionales en torno a la exigencia de la armonización de las normas de la contabilidad en general y su incidencia en las transformaciones de la contabilidad gubernamental. Estos aportes se generan a partir de una postura epistemológica que considera la contabilidad como una práctica social e institucional que va más allá de la mera técnica para constituirse en una disciplina que contribuye a la configuración de una subjetividad determinada por el proyecto neoliberal de sociedad y que se manifiesta a través del lenguaje.

CONTEXTO INTERNACIONAL DE LOS CAMBIOS EN LA CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL

El fenómeno de la globalización es un referente necesario en la definición de las tendencias y líneas de desarrollo de la contabilidad en el mundo, comprender que ésta va más allá de la mera técnica o disciplina implica facilitar su encuentro con las ciencias sociales y otras áreas del conocimiento a través de ejercicios de interdisciplinariedad y transdisciplinariedad (Morin, 1979). No es gratuito que los organismos internacionales, como el Fondo Monetario Internacional – FMI, la International Accounting Standards Boards – IASB, hablen al unísono de “estandarización de normas” y de reformas a la contabilidad gubernamental, esto es una manifestación de las profundas transformaciones que afectan a la sociedad y las relaciones sociales que deben ser analizadas con rigor para entender su incidencia en una disciplina como la contabilidad. Al respecto, el Reports on the Observance of Standards and Codes – ROSC (2003), en español: Informe sobre la Observancia de Estándares y de Códigos, tuvo como objetivo principal realizar un diagnóstico sobre la situación acerca del “cumplimiento” de los estándares internacionales en materia de: Contabilidad y Auditoría, Gobierno Corporativo y Transparencia Fiscal, temas que hacen parte integral del contexto económico y de la llamada Arquitectura Financiera Internacional. (Mejía, 2004).

Las reformas de la contabilidad que se implementan a nivel global, obedecen a intereses y condiciones históricas que se manifiestan en la sociedad de múltiples formas algunas perceptibles a primera vista, pero otras inadvertidas, razón por la cual conviene el ejercicio académico del análisis.

Para comprender las tendencias internacionales de la contabilidad, es necesario tener en cuenta una serie de posturas y enfoques de un conjunto de informes internacionales que resultan relevantes (Gómez & Montesinos, 2012); para el efecto, se hace referencia a El Reporte de Estabilidad Financiera del

FMI del año 2012 y al Fiscal Monitor sobre la estabilidad fiscal de los estados del mismo año. El primero pone de relieve las implicaciones financieras del riesgo de longevidad, es decir, del riesgo de que la gente viva más de lo esperado; se estima ese riesgo entre un 25% y 50% del Producto Interno Bruto - PIB de 2010, en promedio, y refleja sus efectos en los balances fiscales y en las empresas. (Gómez V., 2005). El FMI plantea, contrario a lo que la sociedad ha buscado, que vivir más no es un indicador de prosperidad y de civilización ni el avance de una sociedad hacia una eficiente gestión de la enfermedad, sino que vivir más es un riesgo financiero para los Estados y para las empresas (Entendiendo por riesgo, la posibilidad de ocurrencia de un hecho indeseado). Este fenómeno se mide y se lo introduce en los balances de los Estados y de las empresas. Cabe preguntarse ¿Cómo participa la contabilidad en este fenómeno? ¿Qué transformaciones asimila?.

El Fiscal Monitor plantea que la crisis financiera y las inquietudes en torno a la sostenibilidad soberana de algunos países representan una alerta para los inversionistas. Cuando se estudia finanzas públicas o privadas, uno de los elementos claves de análisis técnico radica en afirmar que el principal activo libre de riesgo es la inversión en títulos públicos, porque los estados no desaparecen de la noche a la mañana, y pueden comprometerse a pagar a futuro las obligaciones financieras con cargas a los ciudadanos o por otros medios; por eso se decía que estas inversiones eran libres de riesgo.

Sin embargo, hoy ni siquiera los activos financieros que son emitidos por las entidades públicas, están libres de riesgo. Esto significa un cambio en las teorías y los conocimientos financieros que hay que caracterizar para dar cuenta de su incidencia en los sistemas contables.

Otro evento a tener en cuenta es la reunión del G-20 del año 2012, que se desarrolló en México, donde se trazó como política fundamental de los Estados, la inclusión financiera y la promoción del fortalecimiento de los sistemas financieros; plantea que la inclusión financiera es una condición necesaria para la reducción de la pobreza, no solo otorga a los segmentos más pobres de la población, la posibilidad de incrementar o estabilizar sus ingresos sino que también los provee de una mayor resistencia a los choques económicos y les da oportunidad de tener activos. Que la gente viva más es un riesgo, pero es necesario que se incorpore al sector financiero, como la única forma de tener activos. Por otra parte, el crecimiento del endeudamiento es exorbitante sin respaldo en la producción real, esta es la clave de la "financiarización económica". En este contexto, la contabilidad gubernamental empieza a reformarse porque es importante medir la deuda, los activos pasan a un segundo plano; el indicador por excelencia ya no es el PIB, sino la deuda per cápita. Esto implica cambios fundamentales en la forma de hacer la contabilidad y de usarla.

LA CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA SUBJETIVIDAD

Sin duda alguna, estas circunstancias guardan una estrecha relación con la contabilidad y sobre todo con la contabilidad gubernamental. Se pasa de una contabilidad de presupuesto a una contabilidad de causación, y ahora a una contabilidad alineada con los mercados financieros. ¿Será que todos estos fenómenos tienen que ver con la contabilidad y sus reformas? ¿Será que la contabilidad solo actúa en el plano estructural? ¿Se relaciona de alguna manera con la subjetividad, es decir, con la construcción del ser humano como sujeto histórico? ¿En estas circunstancias, será que la contabilidad contribuye a la construcción del sujeto neoliberal? El neoliberalismo es una forma de vida que sitúa a cada persona en un universo económico de competencia generalizada, conmina a las poblaciones a entrar en la lucha económica los unos contra los otros, ordena las relaciones sociales conforme al modelo de mercado, y transforma al propio individuo llamado a concebirse a sí mismo como una empresa. Se instaura en el discurso pedagógico la famosa frase: “La competencia es buena porque saca lo mejor de nosotros”.

Entonces, conviene precisar el marco histórico y la génesis de las reformas a la contabilidad gubernamental y su participación en la construcción de ese sujeto neoliberal. Hace 30 años surgió el new public management (La nueva gerencia pública) que plantea que los Estados se tornaron gigantescos e ineficientes, hecho que exige reformas de fondo; se hace necesario traer las prácticas de las empresas privadas al sector público para que el estado sea eficiente. El sector público debe llevar contabilidad por partida doble, no contabilidad presupuestal,

contabilidad por causación para construir balances, estado de resultados, muy útiles para la toma de decisiones y para generar transparencia; se necesita que el sector público asuma las formas de las empresas y del sector financiero, se impone las Normas Internacionales de Información Financiera como mecanismo para armonizar la información y sintonizarla con el proceso de financiarización de la economía. La contabilidad es influenciada por los mercados financieros a través de la armonización de las normas internacionales.

Para comprender la contribución de la contabilidad a la construcción de la subjetividad, es necesario asumir la postura epistemológica de la Escuela que interpreta la contabilidad como práctica social e institucional; en este sentido, implica reconocer que la contabilidad no es una técnica neutra que esté por fuera de las relaciones sociales, al contrario, es la materialización de esas relaciones; tampoco está por fuera de las instituciones sino que reproduce las instituciones y se realiza en el contexto de las organizaciones. Las instituciones son un conjunto de valores, regulaciones y creencias establecidas con base en los conocimientos que las sustentan; por ejemplo, el capital es la institución social legitimada más importante. Las organizaciones están representadas por los procesos formales e informales de interacciones humanas de forma permanente. La contabilidad moldea las organizaciones, es una variedad de prácticas, de instrumentos de cálculo, no en un sentido matemático, sino práctico: traer a la realidad hechos que se calculan. La siguiente figura muestra la interacción de la contabilidad con las organizaciones, las instituciones y la sociedad.



Figura No. 1. Interacción de la contabilidad con las organizaciones, las instituciones y la sociedad

Fuente. Reformas de la contabilidad pública y la construcción del sujeto neoliberal

No es posible explicar la contabilidad sin antes comprender una organización; un balance, un estado de resultados no es comprensible sin entender la complejidad de las organizaciones. La contabilidad ayuda a crear una imagen de la institución y tiene una importancia organizacional central, porque con ella es que las organizaciones vienen a la realidad jurídica (cuando se dice constituida con tal capital) y económica (cuando se habla de utilidades, dividendos). Al mismo tiempo, la contabilidad tiene una dimensión cognitiva en el sentido de que no solo juega un rol organizacional e institucional, sino que además es un modo de pensar (¿cuál es mi gasto y cuál es mi beneficio?), que no se queda solamente en los balances sino que los sujetos, que la hacen o la usan, la incorporan a su forma de pensar; por ejemplo, hoy, se ha introducido a la contabilidad, la teoría del riesgo, “hay que reconocer los riesgos”: el riesgo de que mañana usted se pensione y no tenga el ahorro suficiente, se enferme y no lo atiendan; ese concepto no queda en la contabilidad sino que los sujetos lo reproducen y lo interiorizan, y al reproducirlo traen a la realidad la teoría del riesgo; en este sentido, la contabilidad juega un rol pedagógico. Ahora bien, si esta es la forma como la contabilidad general contribuye a la construcción de la subjetividad, con mayor razón lo hace la contabilidad gubernamental en el manejo de los recursos públicos.

Para facilitar la comprensión de las reflexiones sobre la contribución de la contabilidad a la construcción de la subjetividad, conviene comentar el discurso de Foucault sobre la tecnología del Yo; para este autor, una tecnología es un conjunto de prácticas que tienen detrás una racionalidad y mantienen un conjunto de cosas que se repiten, generando hábitos y comportamiento en los sujetos que la comportan. Una tecnología del yo es un conjunto de discursos, prácticas y formas de pensar que hace que los sujetos se conduzcan de cierta manera, se valoren de cierto modo, y se gestionen a sí mismo de cierta forma. Así, la contabilidad como tecnología del yo significa que incide en la conducción de la conducta de sí mismo y de las organizaciones. (Foucault, 2008). Los seres humanos no nacen sujetos, los sujetos se hacen a través de la cultura, se constituyen en un proceso histórico, adquiriendo una forma de ver, sentir, ser, desear y esperar en relación con los otros, las expectativas son socialmente construidas. La subjetividad no sólo es una categoría conceptual, es un conjunto de relaciones entre discursos y prácticas discursivas, sociales e individuales.

EL LENGUAJE CONTABLE COMO MANIFESTACIÓN DE LA SUBJETIVIDAD

La contabilidad pública contemporánea basada en normas internacionales, genera representaciones para construir una identidad individual y colectiva a través del lenguaje; por ejemplo, hoy, el foco de preocupaciones y las preguntas que surgen entre funcionarios públicos y el común de la gente, son: ¿Qué tan endeudado está el país? ¿Qué tanto se debe en pensiones? ¿Cuánto vale el sistema de seguridad social? ¿Qué tan metido está el país en los servicios financieros? En este nuevo escenario, ¿qué hace la contabilidad y cómo ayuda a generar esa identidad?

El lenguaje también se va homogenizando: “Somos un país cubierto”, “Están ‘fondeadas’ las pensiones”; la lógica internacional actual es que la gente no reciba más de lo que aporta; esta lógica está diciendo que las pensiones no son el acto por el cual los ciudadanos del presente ayudan a sostener a los ciudadanos que en el pasado sostuvieron la sociedad, se pasa de la solidaridad a la individualización, con estas prácticas discursivas, las pensiones no son un acto de la solidaridad sino el acto estratégico de cada sujeto, de cuánto ahorra, de cómo se gestiona a sí mismo. Esto hace que la contabilidad empiece a operacionalizar y articular conceptos abstractos como firma, riesgo, eficiencia, desempeño, rentabilidad.

Como tendencia mundial, va perdiendo espacio la contabilidad patrimonial, ahora lo que importa es la contabilidad financiera, la medición del desempeño, el reporting completo. ¿Cuál es la racionalidad de todo esto? Ya no es la economía clásica de los recursos, ni la economía industrial, ni la ingeniería, ahora la racionalidad es la de la economía monetarista, la economía financiera, en concreto la financiarización; en este contexto, la contabilidad ya no es reconocer hechos sino registrar y evaluar el riesgo, desarrollar el análisis financiero.

En la siguiente tabla se sintetiza el gran cambio que ha sufrido la contabilidad empresarial y que fue trasladado al sector público

Tabla No. 1. Contabilidad empresarial y pública

	Saber – poder como dominación	Saber – poder como gobierno
Episteme	Economía clásica e ingeniería	Economía monetarista Economía financiera
Dispositivo disciplinario	Empresa – fábrica	Firma – contrato
Tecnologías	Productividad – proceso – logros	Desempeño – autogestión – riesgo – rentabilidad – rendimiento

En la época de predominio del capitalismo industrial, en la que la contabilidad participaba en las empresas, el conocimiento básico era la economía clásica y la ingeniería industrial, por eso, lo más importante era aprender costos porque lo necesitaban las empresas ya que se prestaba más atención al proceso productivo y a la transformación de la materia prima. Todo ese conocimiento era aplicado para una forma de reproducción de las relaciones de poder que eran las de la empresa-fábrica, esta es una forma de disciplinamiento esencial donde el trabajo se organiza de acuerdo con tiempos y movimientos; era muy importante la contabilidad de costos que contribuía a la medición de la utilidad, pues lo que importaba era medir la productividad, a cada sujeto se le pedía ser productivo.

El cambio que vivió la sociedad después de los años 70 hace que la teoría epistemológica de la contabilidad se fundamente en la economía monetarista, la economía financiera, incluso se propuso que no se hable más de Contaduría Pública sino de ingeniería financiera para asimilar estos cambios generados por el nuevo conocimiento dominante. Ya no se habla de empresa-fábrica sino de firma o contrato, “lleve su empresa en el celular”, ya la materia no existe, se supone que se vive en una economía de símbolos, el mecanismo de disciplinamiento del sujeto ya no es la fábrica donde tocaba ir a trabajar y cumplir horarios, ahora el mecanismo se disciplina a través del contrato -aún sin su existencia física-, la firma se la lleva en el maletín. Antes el mecanismo con el que los individuos se sujetaban a la empresa era la productividad, ahora la tecnología del yo

es: ¿Cuál es su desempeño? ¿Usted se auto gestiona? ¿Dígame cuáles son sus objetivos? ¿Cuál es su rentabilidad para la firma? Este cambio se operó en la contabilidad financiera y fue trasladado a la contabilidad del sector público cuando se adoptó la lógica de las normas internacionales de información financiera; esta dinámica transforma la manera de mirar la empresa, de operar sobre ella y de comprenderse así mismo.

Para Gómez Villegas, en el contexto de las tendencias internacionales lo importante no es producir cosas, generar valor, sino producir conocimiento, innovación, tecnología, para que las empresas sean competitivas en un contexto nacional e internacional, por ende, se educa a los estudiantes para que sean emprendedores y construyan su propia empresa. También afirma, que, al trasladar la contabilidad financiera y la nueva contabilidad de gestión al sector público, busca mostrar que cada ciudadano es un pasivo, es decir una obligación presente, derivada de hechos pasados, que requiere que el estado se desprenda de recursos en el futuro y/o puede ser un generador de flujos de efectivo.

Finalmente, el autor citado sintetiza el impacto de los cambios de la armonización de la información financiera de la siguiente manera:

La imposición por parte de los organismos internacionales de la armonización de la información mediante las normas internacionales de información financiera modifica el sentido y significado de los instrumentos financieros. La participación de la contabilidad en la construcción del sujeto neoliberal la convierte en tecnología del yo para establecer entre los individuos una forma de pensar y de gestionarse a sí mismo. La apropiación de las NIIF a la región exige creatividad y adaptación. Estas reflexiones aportadas por las comunidades académicas internacionales demandan una labor de apropiación crítica y creativa de prácticas y discursos, y la búsqueda de adaptaciones a nuestros contextos locales y regionales, previendo los efectos económicos, sociales, culturales y ambientales. (Gómez, Reformas de la contabilidad pública y la construcción del sujeto neoliberal, 2013)

Hoy más que nunca es válida la recomendación del Consejo Nacional de Acreditación: "... no basta asimilar los conocimientos universales, sino que se requiere transformarlos, seleccionarlos, reorganizarlos y construir nuevos nexos con la práctica, para adaptarlos a las condiciones del aprendizaje y a las necesidades del contexto nacional, regional o local". (Consejo Nacional de Acreditación, 2013)

CONCLUSIONES

La globalización es un fenómeno que ha impulsado la definición de las tendencias y líneas de desarrollo de la contabilidad y la información financiera en el mundo que más allá de la mera técnica disciplinar y requiere la articulación con las ciencias sociales y otras áreas del conocimiento a través de ejercicios de interdisciplinariedad y transdisciplinariedad.

La contabilidad como una práctica social e institucional, supera su rol de mera técnica instrumental con carácter neutral, dada su importancia en la configuración de las organizaciones e instituciones que conduce a repensar su conceptualización desde la epistemología, pues no sólo juega un rol organizacional, sino que también es un modo de pensar que incide en la construcción de la subjetividad, es decir aporta elementos para generar una forma de comprender el mundo, de entender las relaciones sociales y de medir y valorar las transacciones económicas.

Las reformas de la contabilidad que se implementan a nivel global, obedecen a intereses y condiciones históricas que se manifiestan en la sociedad de múltiples formas algunas perceptibles a primera vista, pero otras inadvertidas tales como la financiarización de la economía y la estabilidad financiera de los Estados.

La contabilidad pública contemporánea basada en normas internacionales, genera representaciones para construir una identidad individual y colectiva a través del lenguaje, esto es no sólo se armonizan las NIIF sino también la forma de expresar los intereses y las preocupaciones del Estado y la sociedad.

RERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Consejo Nacional de Acreditación. (2013). Lineamientos para la acreditación de programas de pregado. Obtenido de https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf

Foucault, M. (2008). *Tecnologías del yo* . Buenos Aires: Paidós.

Gómez V., M. (2005). Evaluación del enfoque de las NIIF desde la teoría de la contabilidad y el control. *Legis de contabilidad y la auditoría*(22), 149-195.

Gómez Villegas, M. (2006). Una reflexión de la contabilidad como racionalidad instrumental del capitalismo. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 87-94.

Gómez, M. (26 de Junio de 2013). Reformas de la contabilidad pública y la construcción del sujeto neoliberal. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=WwRcc8FBTUI>

Gómez, M., & Montesinos, V. (2012). Las innovaciones en contabilidad gubernamental en Latinoamérica: el caso de Colombia. *Innovar*, 22(45), 17 - 35. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/36290/37831>

Mejía, J. (2004) Algunas anotaciones importantes del informe ROSC sobre la Contabilidad y la Auditoria en Colombia. *Contaduría General de la Nación*, (36), 88-99. Recuperado de: http://www.contaduria.gov.co/wps/wcm/connect/068e0e0a-a426-432e-80df-98825cfbfa44/REVISTA_No_3.pdf?MOD=AJPERES&-CACHEID=068e0e0a-a426-432e-80df-98825cfbfa44

Morin, E. (1979). *La cabeza bien puesta, repensar la reforma reformar el pensamiento* . Buenos aires : Nueva visión .



14

Servicio y atención al cliente como factor de competitividad de las organizaciones

Beatriz Jackeline Pulistar Suarez¹

Jairo Roberto Zambrano Hineirosa²

RESUMEN

El propósito de este artículo es presentar elementos conceptuales que permitan identificar la importancia que ha venido adquiriendo el servicio y la atención al cliente en el éxito y la sostenibilidad empresarial; para ello se analiza fenómenos como la globalización económica, la amplia apertura de mercados y el elevado grado de competitividad a los que están sometidas las empresas en su desarrollo y consolidación. Al mismo tiempo, se ofrece al lector el sentido, significado y alcance de algunas categorías conceptuales de uso común, pero que requieren de mayor precisión para ser operadas dentro de la formulación de estrategias de servicio y atención al cliente. Finalmente, se abordan temas como necesidades de los clientes, CRM, marketing del servicio y los diez mandamientos del servicio al cliente, como postulados esenciales de acción, en el servicio y atención al cliente en busca del éxito empresarial.

Palabras clave: cliente, estrategia, servicio.

Keywords: customer, strategy, service.

ABSTRACT

The purpose of this article is to present conceptual elements that allow us to identify the importance that the service and the attention to the client has acquired in the success and the business sustainability; For this purpose, we analyze phenomena such as economic globalization, the wide opening of markets and the high degree of competitiveness to which companies are subjected in their development and consolidation. At the same time, the reader is offered the meaning, meaning and scope of some commonly used conceptual categories, but which require greater precision in order to be operated within the formulation of service and customer service strategies. Finally, issues such as customer needs, CRM, service marketing and the ten commandments of customer service are addressed as essential postulates of action in the service and customer service in search of business success.

¹ Licenciada en Comercio y Contaduría, Esp. en Administración y Gerencia, Esp. en Administración de la Informática Educativa, Magister en Gestión de la Tecnología Educativa. Docente Tiempo Completo Institución Universitaria CESMAG, investigadora Grupo Derecho Innovación y Desarrollo Social. Email. bjpulistar@iucsmag.edu.co

² Administrador Financiero, Especialista en: Gerencia de Empresas, Gerencia de Mercados y Universitario en Gestión de Empresas, docente Institución Universitaria CESMAG. Email. jrzambrano@iucsmag.edu.co

INTRODUCCIÓN

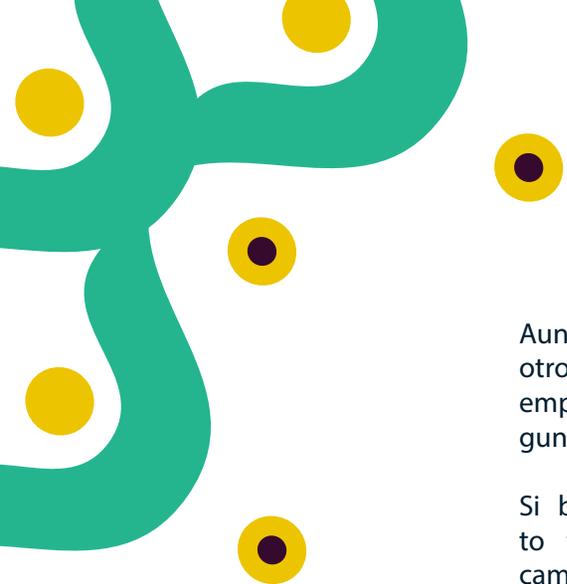
La Organización Mundial de Comercio – OMC (2010) informa que los servicios representan más de dos tercios del PIB a nivel mundial, observando en la actualidad que los negocios efectivos dependen de la experiencia que el cliente viva, sienta o conozca al momento de satisfacer sus necesidades.

La importancia de comunicar a los clientes los productos y servicios va más allá de su deseo de compra o adquisición. La competencia, el dinamismo en el mercado, las tecnologías de información y comunicación y el marcado inconformismo de los consumidores de hoy, hacen que las organizaciones desarrollen nuevas estrategias innovadoras de marketing, administren los costos, ofrezcan calidad de materia prima y de servicios, fidelizando a los clientes.

Existe una variedad de productos y servicios intangibles como “los servicios de transporte, telecomunicaciones y de informática, los servicios de construcción, los servicios financieros, los servicios de distribución al por mayor y al por menor, los servicios de hoteles y restaurantes, los servicios de seguros, inmobiliarios, de enseñanza y de salud, profesionales, de comercialización y otros servicios de apoyo a las empresas, los servicios gubernamentales, los comunitarios, los audiovisuales, los recreativos y los domésticos” (Organización Mundial del Comercio, 2010).

Es por ello importante que las empresas conozcan el servicio como un sistema, teniendo como eje central al cliente interno y externo, utilizando estrategias de servicios con adecuado equipo de trabajo y tecnología que garantice la satisfacción del consumidor.

Actualmente con la apertura de nuevos mercados, la globalización y la competencia cada vez más fuerte, hace que surja la pregunta ¿de qué depende el éxito de una empresa, organización, negocio o institución?



Aun en pleno siglo XXI muchas personas le atribuyen el éxito a la buena suerte, otros consideran que el éxito radica en las oportunidades que le lleguen a la empresa como adjudicación de contratos, clientes que arriban por azar preguntando por un producto o servicio y decidieron quedarse allí.

Si bien es cierto, el éxito de una empresa depende de su liderazgo, el aspecto financiero, la credibilidad de sus colaboradores, eficientes proveedores encaminados a la búsqueda de resultados, es necesario entender que, en gran medida, está relacionado con la satisfacción del cliente, de la manera como se conecta con el consumidor al momento de satisfacer las necesidades.

Es importante que las organizaciones establezcan una cultura del servicio estableciendo políticas claras y bien definidas, logrando una armonía en los funcionarios para el ofrecimiento de un servicio orientados hacia el cliente, cultivando el liderazgo, construyendo un sistema de información, confiabilidad y equidad del servicio.

DESARROLLO

La economía mundial y la calidad de vida de las personas han hecho que las organizaciones consideren una diversidad de estrategias de servicio al cliente y técnicas de administración que involucren a todo el talento humano que lo integra, tanto proveedores como clientes interno y externo, con el fin de mantenerse y captar nuevos mercados.

Para comprender la estrategia de servicio al cliente se hace necesario conocer los conceptos básicos que se mencionan a continuación:

Calidad

La calidad es definida como un “conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes” (Eaner, 2008. p.1. Por tanto, las empresas se vuelven competitivas cuando ofrecen un producto o servicio con calidad, superando las expectativas del cliente.

¿Qué es servicio?

“Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008. p.21). El servicio y la atención al cliente como cualquier otro tema en las organizaciones, en primer lugar, pasa por las personas; las empresas pueden tener los mejores sistemas, recursos físicos, equipos, procesos y procedimientos, hasta el mejor producto o servicio, pero si tienen una mala atención al cliente estarán condenadas al fracaso.

¿Qué es un cliente?

“Un cliente asiduo es publicidad gratuita... Mientras mejor conozca a sus clientes, más fácil le será darles el nivel de servicios y la calidad que ellos esperan” (Cooper, Floody, Mc Neill, 2003, p. 178).

Para el pensador y líder hindú Mahatma Gandhi:

Un cliente es el visitante más importante en nuestras instalaciones. No depende de nosotros, nosotros dependemos de él. Él no es una interrupción en nuestro trabajo. Es el propósito del mismo. Él no es un extraño en nuestro negocio. Él es parte de él. No estamos haciéndole un favor a servirle. Él nos está haciendo un favor al darnos la oportunidad de hacerlo. (Tonathiu, 2013. p.1)

“Tu cliente más insatisfecho es tu mejor fuente de aprendizaje”. Bill Gates Microsoft (Benito, 2017. p.1)

“Mantente cerca de tus clientes. Tan cerca que seas tú el que les digas lo que necesitan mucho antes de que ellos se den cuenta de lo que necesitan”. Steve Jobs, fundador de Apple. (Benito, 2017.p.1)

El servicio y la atención del cliente es la clave para que la empresa se mantenga y crezca en el mercado. Un cliente satisfecho y bien atendido atrae nuevos clientes al negocio, es la mejor publicidad que se puede obtener.

Necesidades de los clientes.

Es evidente que el cliente busca satisfacer sus necesidades, expectativas, deseos a través de los beneficios que ofrecen los productos o servicios de calidad. Las organizaciones para mantenerse en el mercado o incrementar su participación deben conocer dichas necesidades:

- "Necesidad de ser comprendido. Esto significa que se interpretan correctamente los mensajes que envía, pues el cliente necesita sentir que se están comunicando en forma efectiva.
- Necesidad de ser bien recibido. La gente necesita sentir que a usted le agrada su presencia o que por lo menos su asunto es importante para Usted.
- Necesidad de sentirse importante: Cualquier cosa que usted haga para que el cliente se sienta especial será un paso en la dirección correcta.
- Necesidad de comodidad. Los clientes necesitan comodidad física, un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios. También necesitan comodidad psicológica, la seguridad de que se les atenderá en forma adecuada y la confianza de que satisfará sus necesidades". (Prieto Herrera J. E., 2010. p.35). Así mismo, se requiere que la persona que lo atiende tenga buena presentación personal, maneje un tono de voz adecuado y mantenga su imagen y cordura.



Figura 1. Necesidades básicas de los clientes (Prieto Herrera J. E., 2010. p.35)

¿Qué es un CRM?

La definición de CRM (en inglés Customer Relationship Management, o Gestión de las relaciones con clientes) es una aplicación que permite centralizar en una única Base de Datos todas las interacciones entre una empresa y sus clientes. (Elegir CRM, 2016. p.1). El CRM se convierte para la empresa en una herramienta de gestión de las relaciones con clientes, enfocada en tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa, orientada a obtener mayores resultados de satisfacción y fidelización del cliente, así como la productividad en las ventas de los productos o servicios.

Por otro lado, permite conocer de cerca al cliente sus necesidades, expectativas y experiencias que desea recibir, consolidando toda la información en una base de datos detallada para una mayor gestión comercial, segmentación e incremento en las metas propuestas.

Los 10 mandamientos más importantes del servicio al cliente

Hoy en día las empresas deben anticiparse a los cambios vertiginosos que se presentan en el mercado, las nuevas generaciones tienen otras preferencias, gustos, motivaciones de compras, a partir de ello se debe establecer estrategias tecnológicas, de mercado y de marca llamativas y confiables para los milenios.

Dentro del plan estratégico de una organización, el objetivo principal debe ser buscar la satisfacción del cliente. Para lograr un servicio de calidad se deben aplicar 10 consejos (López, 2001. p.1):

- 1-El cliente por encima de todo
- 2-No hay nada imposible cuando se quiere
- 3-Cumple todo lo que prometas
- 4-Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera
- 5-Para tu cliente tu marca es la diferencia
- 6-Fallar en un punto significa fallar en todo
- 7-Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfecho
- 8-El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente
- 9-Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar
- 10-Cuando se trata de satisfacer al cliente. Todos somos un equipo.

Si se tiene en cuenta estas sugerencias, las empresas pueden sobrevivir, permanecer y posicionarse en el mercado. Para obtener resultados diferentes, ser más productivos y competitivos, es preciso adoptar medidas y realizar cambios que permitan obtener los objetivos misionales y fidelizar los clientes.

Igualmente, las empresas deben medir la satisfacción del cliente, para ello existen instrumentos como:

La voz del cliente, que permite recoger y sistematizar la calidad demandada y los factores de satisfacción; cuestionarios de expectativa, donde se realizan estudios de satisfacción y percepción de la calidad; auditorias del servicio, pruebas aleatorias internas; sistema de quejas y sugerencias, recolección de inquietudes y reclamos para mejorar calidad en el servicio, y talleres kaizen, donde los mismos empleados, de manera honesta, proponen mejoras al servicio con base en sus experiencias diarias. (Prieto Herrera, J. E., 2010. p. 156)

La medición de la satisfacción del cliente permite proponer acciones de mejora, capacitación a empleados en técnicas de brindar momentos de verdad asertivos, mejorar en procesos de calidad, buenas prácticas, entrega y rapidez en el servicio.

Marketing de servicios.

El mercadeo según Jay C. Levinson (1990), es “todo lo que se hace para promover una actividad comercial, desde el momento en que se concibe la idea hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular” Citado por (Prieto Herrera J. E., 2010. p. 22).

Por tanto, el servicio se encuentra inmerso en el marketing del servicio, entendido este desde las fases de preventa, venta y posventa. En la preventa, se brinda al consumidor los productos o servicios que requiere, aspectos como funcionamiento, beneficios, calidad, materia prima, presentaciones, precio, duración, colaborarle en encontrar lo que busca, brindarle posibilidades de compra, manifestaciones de atención y servicio que conlleva a la acción de venta.

La venta por su parte, permite ofrecer al cliente información suficiente del producto o servicio vendido, manual de funcionamiento, demostración, forma de pago, indicaciones de garantía y reclamaciones.

El servicio posventa considera aspectos de medición de satisfacción, de calidad en la etapa de funcionamiento y uso del producto o servicio ofrecido, cambio por defecto, así como el cumplimiento de garantías de calidad, folletos de información, nuevos servicios complementarios, servicios técnicos.



Figura 2. Marketing de servicios (Prieto Herrera J. E., 2010. p.22)

Finalmente, el servicio y atención al cliente depende de una adecuada política de servicio y líderes con capacidad para identificar necesidades, expectativas y nuevas tendencias para competir con productos y servicios de calidad.

La atención y el servicio al cliente debe estar presente en todas las áreas de la empresa más aún en aquellas que se interactúa con el cliente, desde el personal de servicio asistencial hasta el gerente, el portero, la secretaria, el coordinador de ventas, asesores de ventas y servicios, para lo cual es necesario capacitar y motivar al personal con el propósito de satisfacer al cliente cumpliendo con sus expectativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Benito, E. (16 de 06 de 2017). Tu voz. Recuperado el 02 de 06 de 2018, de <http://www.tu-voz.com/20-frases-celebres-de-la-atencion-al-cliente/>

Bon, J. V. (2008). Operación del Servicio basada en ITIL®. Holanda: van Haren Publishing. Recuperado el 13 de 05 de 2018, de <https://books.google.com.co/books?id=ENJEBAAAQ-BAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Jan+van+Bon%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEw-jM8qPC8rfcAhUKjlkKHfDLCrkQ6AEIKjAA#v=onepage&q&f=false>

Cooper, B., Floody, B. & Mc Neill, G. (2003). Como iniciar y administrar un restaurante. Bogotá: Norma Grupo Editorial

Eaner. (2008). La Calidad en el Servicio al Cliente (Vol. 1). Malaga: Editorial Vertice. Recuperado el 3 de 06 de 2018, de https://books.google.com.co/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=que+es+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwje9N3Y_dXbAhWCy1MKHY-JdCCYQ6AEILDAB#v=onepage&q=que%20es%20calidad&f=false

Elegir CRM. (13 de 07 de 2016). Recuperado el 4 de 04 de 2018, de <https://www.elegircrm.com/crm/que-es-un-crm>

López , C. (18 de 05 de 2001). Geopolis. Recuperado el 3 de 06 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/10-mandamientos-atencion-cliente/>

Organización Mundial del Comercio. (Octube de 2010). La Medición del Comercio de Servicios. Recuperado el 4 de Junio de 2016, de Organización Mundial del Comercio: http://uns-tats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/Training%20Manual_December_2008_s.pdf

Prieto Herrera, J. E. (2010). Gerencia del Servicio. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 13 de 05 de 2018

Tonathiu, E. (10 de 09 de 2013). ALCANZAR EL EXITO. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de <http://tonathiestrada.blogspot.com/2013/09/servir-con-calidad.html>



15

Hacia unas organizaciones más humanas y menos mecánicas

Luis Eduardo Benavides Pupiales¹

RESUMEN

El reto de las empresas debe ser generar ventajas competitivas a través de las personas y para ello deberían ser más humanas. Esto quiere decir: una organización que vuelva más personales las relaciones, no cosifique sus integrantes, sea dialogante y entienda el comportamiento individual. Se buscará beneficios económicos siempre y cuando se los considere un medio, no un fin en el cual las personas sean explotadas. Los empleados hoy en día no solo buscan mejores salarios, sino también sentirse satisfechos y realizados con el trabajo que desempeñan. Aunque se esté atravesando un periodo de crisis económica no es aceptable desde ningún punto de vista, que los empresarios quieran confundir trabajadores con algún recurso físico que puede utilizarse hasta agotarlo. El día que descubran que el trabajador es el mayor activo de la empresa es posible que la situación cambie.

Palabras clave: empleados, empresarios, humanas.

Keywords: Employees, entrepreneurs, humane.

ABSTRACT

The challenge of business should be to generate competitive advantage through people and so they should be more humane. This means: an organization that more personal relationships, not cosifique its members, is dialogue and understand individual behavior. Economic benefits will be searched if deemed them a means, not an end in which people are exploited. Employees today not only seeking better salaries, but also feel satisfied and made with the work. Although we are through a period of economic crisis it is not acceptable from any point of view that entrepreneurs want to confuse workers with any physical resource that can be used to exhaust it. The day that discover that the worker is the greatest asset of the company is possible the situation to change.

¹ Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magíster en Mercados Financieros. Docente Tiempo Completo Programa de Administración de Empresas Institución Universitaria CESMAG. Investigador Grupo San Francisco de Asís. Correo: lebenavides@iucsmag.edu.co

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia siempre han existido razones para justificar lo que Marx denomina la explotación del hombre por el hombre, que surgió como resultado del desarrollo de las fuerzas productivas, de la división social del trabajo, del nacimiento de la plusvalía, de la propiedad privada y de la escisión de la sociedad en clases antagónicas: dueños de esclavos y esclavos. Para Marx el capitalismo es la última forma de explotación del hombre por el hombre. Bajo el socialismo, al suprimirse la propiedad privada sobre los medios de producción y establecerse sobre ellos la propiedad social, se acaba con las clases explotadoras y se elimina toda explotación del hombre por el hombre (EUMED, 2018).

DESHUMANIZACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL A LO LARGO DE LA HISTORIA

En la comunidad esclavista se presenta explotación sobre los medios de producción y el trabajador, en la época feudal sobre la tierra y parcialmente sobre los siervos y en la sociedad capitalista sobre los medios de producción y el trabajo del asalariado. En este último apartado se cita por ejemplo la revolución industrial en el siglo XVIII, época en la cual se desarrollaron grandes máquinas y fábricas que operaban las 24 horas del día pero que sometían a las personas a largas jornadas de trabajo y condiciones extremas. Incluso se recurría al trabajo infantil.

En el Siglo XX se observaron atrocidades como los campos de concentración en Alemania y en Rusia donde se encerraban personas por cualquier razón de índole política, de orientación sexual, étnica o religiosa y se los sometía a trabajos forzados que atentaban contra su integridad o en el peor de los casos eran sometidos a torturas y a la muerte. Un fenómeno recurrente también en el pasado siglo fue la segregación racial. Los Estados Unidos hasta la época de los 60 o Sudáfrica en la época del Apartheid son los casos más representativos. La discriminación se manifestaba en todos los ámbitos de la vida social: no se permitía a las comunidades negras compartir la misma escuela, los buses o sitios públicos estaban señalizados para que no se sienten con los blancos o se los designaba en cargos de bajo rango o preferiblemente la servidumbre.

En el mundo empresarial es posible observar, por ejemplo, que cuando un trabajador se siente vulnerado, sometido a condiciones inhumanas de trabajo, debería tener el valor de denunciar tales arbitrariedades ante una inspección del trabajo. Pero las represalias que pueda tomar el jefe en su contra es lo que causa temor. Los principios de economía clásica para el capitalismo afirman que cuando hay exceso de oferta de mano de obra los salarios tienden a la baja. Por tal razón el trabajador se encuentra en desigualdad: debe aceptar cualquier oferta con el fin de no quedarse muriendo de hambre. En una entrevista laboral a veces se piensa que si se es muy exigente terminará siendo excluido.

En Colombia uno de los hechos más vergonzosos fue conocido como la masacre de las bananeras. Cerca de 20.000 trabajadores de la United Fruit Company, estos iniciaron una huelga general en diciembre de 1928. La posición monopólica de la empresa como el principal productor de América Latina le permitió actuar como una república independiente, sometiendo los empleados en sus plantaciones a condiciones laborales y de vida inhumanas que pronto conducirían al levantamiento de los trabajadores. Ante la negativa a negociar el pliego de peticiones por parte de las directivas y la toma de los trabajadores de la plaza central del municipio de Ciénaga (Magdalena), se reportaron cerca de 100 muertos a cargo de la fuerza pública. Se anota que los políticos de la época apoyaban a la multinacional (MINISTERIO DE TRABAJO, 2016).

Y en la actualidad, pese al “progreso” de la sociedad al parecer la realidad no ha cambiado mucho. Según estudios de la Escuela Nacional Sindical, empresas como Atún Van Camps y Productos Ramo están entre las cinco empresas que no respetan los derechos de los trabajadores. Por ejemplo, Seatech (productora de atún Van Camps) ubicada en Cartagena, tenía jornadas laborales de hasta 18 horas diarias, de las 1800 trabajadoras solo 54 tienen contrato de trabajo y las demás son “suministradas” por empresas temporales (JARAMILLO, 2015).

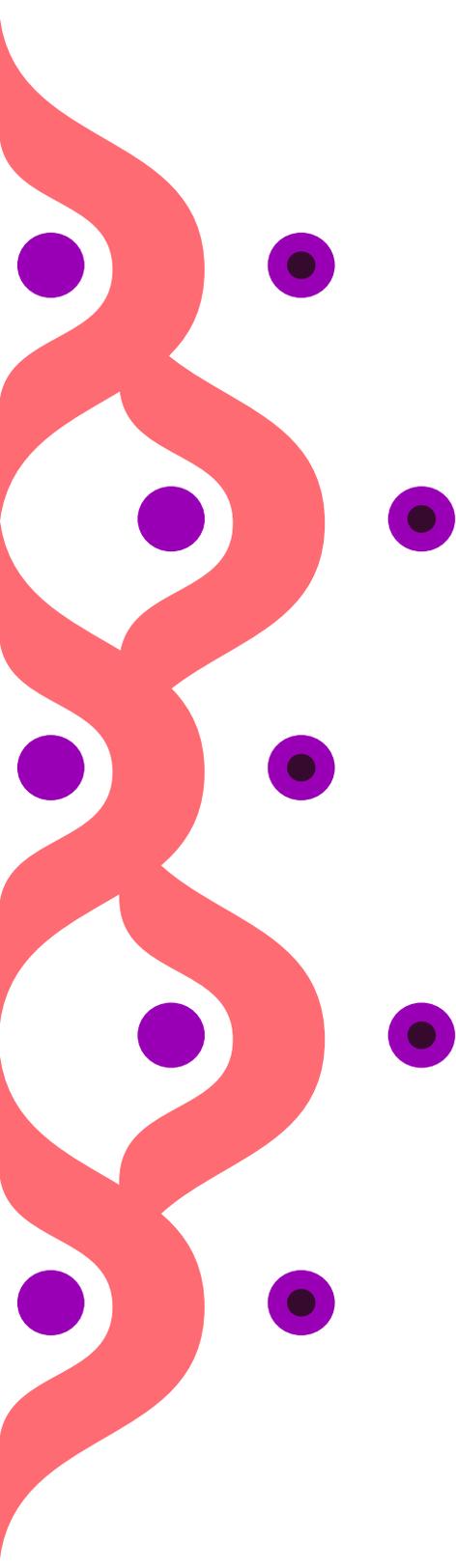
También es posible observar fenómenos de explotación laboral no solo en los países tercermundistas sino también en los países desarrollados. La Agencia Europea de Derechos Fundamentales en un informe realizado en el año 2015, señalaba casos extremos en países como España y Portugal donde se ha encontrado trabajadores que reciben paga de 1 euro o menos la hora, trabajan 12 horas al día, seis o siete días a la semana, no tienen buenas condiciones de alojamiento y no se les permite tomar vacaciones (EL COLOMBIANO, 2015).

HACIA UNA GESTIÓN MÁS HUMANA

Para entender por qué se presentan estos fenómenos en las empresas, es necesario conocer la evolución en la Gestión Empresarial. Los autores clásicos de la administración como Taylor consideraban que la mayor preocupación de las organizaciones era producir más a un costo bajo. Esto conducía a la mecanización de tareas rutinarias dejando a un lado el elemento humano. Esto último condujo a huelgas de los trabajadores debido a su insatisfacción. Entonces algunas empresas optaron por crear los llamados “departamentos de bienestar” para intentar solucionar los problemas de los trabajadores con la vivienda, la salud, etc.

Pero no fue hasta finales de los años 20 que Elton Mayo recalcó la importancia de entender al trabajador de forma integral, teniendo en cuenta factores psicológicos y ambientales que afectaban su desempeño. Desde ese entonces se ha comenzado una lucha a favor de la humanización de las empresas. Una mayor motivación de los trabajadores es conveniente para un mejor clima laboral, que incrementa la productividad y facilite el logro de los objetivos empresariales.

El hombre postmoderno está centrado en el “yo” considerándose como el centro del mundo, olvidando que es un ser social. La búsqueda insaciable de reconocimiento hace que en ocasiones pueda caer en un vacío existencial, en una crisis de identidad, alejándose de construir una personalidad original. Es en este entorno en el cual los gerentes deben asumir el reto de entender las individualidades y conducirlos al logro de objetivos empresariales. Las organizaciones deben empezar a generar espacios donde los empleados puedan dar su opinión y reconocer sus aportes como originales y únicos, generando sentido de pertenencia a través de la participación colectiva.



Algunos avances que se observan en el campo empresarial respecto a la preocupación de los gerentes por las condiciones particulares de los empleados son los siguientes:

- Ergonomía: está orientada al diseño de herramientas de trabajo hechas a la medida de quien va a utilizarlas, teniendo en cuenta las capacidades individuales.
- Diseño de puestos de trabajo: determina el papel que los individuos desempeñan en la organización. Refleja el grado de confianza otorgado a la persona, pues indica la autonomía que gozará el empleado para tomar decisiones.
- Capacitación y desarrollo: la formación y la capacitación bien orientadas posibilitan el despliegue de las capacidades naturales del individuo, mediante la búsqueda de su desarrollo integral y no únicamente centrarse en las destrezas técnicas.
- Políticas de diversidad e inclusión: se garantiza que no se haga distinción en los colaboradores por su género, credo religioso, orientación sexual, raza, opinión política, discapacidad, condición social, etc.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

El Colombiano. (2015). Explotación laboral no es flagelo solo del tercer mundo. Obtenido de <http://www.elcolombiano.com/internacional/la-explotacion-laboral-se-ex-tiende-tambien-por-la-ue-FE2053575>

EUMED. (2018). Diccionario de Economía Política editado por Borísov, Zhamin y Makárova. Explotación del hombre por el hombre. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/explohom.htm>

Jaramillo, F. (2015). Las 2 orillas. Los peores patronos de Colombia. Obtenido de <http://www.las2orillas.co/los-peores-patronos-de-colombia/>

Ministerio de trabajo. (2016). Huelga de las bananeras. Obtenido de <http://www.min-trabajo.gov.co/blog-mintrabajo/huelga-de-las-bananeras>



16

La enseñanza de la educación económica y financiera

Genys Patricia Rodríguez Hernández ¹
Gloria Alicia Rivera Vallejo ²

RESUMEN

En Colombia desde el año 2009 el gobierno aprobó el marco normativo para que los consumidores financieros estuvieran protegidos principalmente desde la educación financiera, dado que el gobierno reconoce el nivel bajo de alfabetización en la presentación de las pruebas pisa en el área de finanzas esto se observa especialmente entre las comunidades rurales y de bajos ingresos, por eso es importante desarrollar habilidades para el manejo de los recursos desde el aprendizaje de la Educación Económica y Financiera; este aprendizaje conlleva a cambios de comportamiento de las personas, es así como a través de los talleres se puede tomar conciencia de la importancia de crear una cultura que involucre diversos agentes económicos, entre ellos, se mencionan como principales las familias, las instituciones educativas, las empresas y el Estado, por tal razón, debe existir un compromiso integral donde cada grupo disponga de las herramientas necesarias para alcanzar el desarrollo de una educación financiera ofrecida desde las Instituciones educativas donde implementen temas que aborden el sistema financiero, construcción de cultura ciudadana, educar sobre los derechos de los consumidores financieros, protección a los consumidores entre otros, y así los estudiantes reconozcan las relaciones que el ser humano debe saber en el manejo de los recursos para el bienestar común e individual.

La educación Económica y Financiera no es ajena a la vida de las personas, ni ellas a la educación financiera y como aporte al desarrollo social ahorrar es la clave para fortalecer una futura seguridad financiera que le brinde protección en momentos inesperados, además desarrollar competencias financieras y actitudes necesarias que generen pensamiento creativo e innovador acordes con las realidades del entorno, con una visión al futuro de tal manera que tengan la capacidad de tomar decisiones económicas acertadas, concientizar a las personas en el adecuado uso del dinero, e incentivar a una cultura y disciplina de ahorro.

¹ Especialista en Finanzas, Docente tiempo completo Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, correo: gprodriguez@iucsmag.edu.co

² Magister en Educación desde la diversidad, Docente tiempo completo Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, correo: garivera@iucsmag.edu.co

ABSTRACT

In Colombia since 2009 the government approved the regulatory framework for financial consumers to be protected mainly from financial education since the government recognizes the low level of literacy in the presentation of the pisa tests in the area of finance this is especially observed among rural and low-income communities, it is therefore important to develop skills for the management of resources from the learning of Economic and Financial Education; This learning leads to changes in people's behavior, this is how through the workshops you can become aware of the importance of creating a culture that involves various economic agents, among them families, educational institutions, companies, etc. and the state, for this reason there must be a comprehensive commitment where each group has the necessary tools to achieve the development of a financial education offered by educational institutions where they implement topics that address the financial system, building citizen culture, educating about rights of financial consumers, consumer protection among others and so students recognize the relationships that the human being must know in the management of resources for the common and individual welfare. Economic and Financial education is not alien to the life of people, nor they to financial education and as a contribution to social development, saving is the key to strengthening a future financial security that provides protection at unexpected moments, in addition to developing financial and necessary attitudes that generate creative and innovative thinking in accordance with the realities of the environment, with a vision of the future in such a way that they have the capacity to make sound economic decisions, to make people aware of the proper use of money, and to encourage a culture and saving discipline.

Palabras clave: educación, enseñanza, financiera

Keywords: education, teaching, financial

INTRODUCCIÓN

La educación financiera es un proceso que permite desarrollar habilidades y actitudes para tomar decisiones acertadas de carácter económico y estar preparados para asumir posibles crisis del sistema económico, el cual puede afectar la administración de los recursos propios.

La anterior definición describe la necesidad de adquirir las habilidades que permitan la comprensión de conceptos que van desde la alfabetización financiera hasta lograr las competencias, con el fin de participar en la vida económica de un país y así mejorar el nivel de vida de la comunidad, haciendo buen uso de los recursos financieros, su gestión y cambios de actitudes a largo plazo.

Entre los principales objetivos se pueden mencionar:

- Crear una cultura financiera.
- Establecer responsabilidad en el manejo de recursos propios y de terceros.
- Involucrar a la comunidad en el cuidado del medio ambiente con respecto al uso de la energía a utilizar en la producción.
- Comprar productos amigables con el medio ambiente.
- Concientizar a las personas en el manejo sano del dinero.
- Fomentar el ahorro.

Estos objetivos se deducen de la importancia de la educación económica y financiera en Colombia donde se busca integrar a la banca con las instituciones educativas y el Estado en pro de establecer actividades como: talleres, charlas, juegos multimedia y programas de televisión, en cumplimiento de la normatividad existente en el país.

REFERENTES TEÓRICOS

Para poder identificar en qué consiste la educación económica y financiera se revisaron investigaciones realizadas que a continuación se mencionan:

- La investigación realizada por Andrés David Montañez León (2012) estudiante de la Pontificia Universidad Javeriana programa de Administración de Empresas quien planteó “para educar más fácil y efectivamente es necesario estar informados sobre los productos del sistema financiero”.
- En el trabajo de grado realizado por Lorena Urquina Cuellar (2012), estudiante de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD “determinó que la falta de información y adecuada orientación son las principales causas de que el sistema económico falle”.
- La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE (2018), donde el Presidente de la república expresa:

Colombia ya ha tenido muestras claras del impacto que puede tener la OCDE en un país de América Latina. El proceso de acceso ha puesto en marcha varios procesos de reformas institucionales y ha desencadenado reflexiones internas muy importantes. La OCDE hace bien en voltear sus ojos hacia nuestra región, como lo evidencia el Programa para América Latina y el Caribe. Esta es una región que tiene mucho que aprender y mucho que ofrecer en experiencias de políticas sociales y económicas. Nuestros países tienen retos y experiencias en temas que son cada vez más vigentes en los países más desarrollados: el crecimiento con inclusión, el aumento de la productividad sin dejar atrás a los más débiles, la gobernabilidad de poblaciones cada vez más exigentes. Es una región que podrá beneficiarse enormemente de generalizar los conceptos que promueve la OCDE de gobernanza, transparencia e inclusión. No es fácil decidir que es más cierto: Latinoamérica necesita a la OCDE o la OCDE necesita a Latinoamérica (p.1).

El Fondo de empleados y afiliados a la Salud – FOGREMSA, toma el concepto de educación Financiera expresada por la OCDE como:

El proceso por el cual los consumidores financieros e inversores mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y tomar cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero (p.1).

El decreto 457 de 2014 en su artículo 5°, numerales 3 y 9 de la Ley 115 de 1994 define:

Que la educación económica y financiera constituye además un tema que debe ser abordado en los establecimientos educativos como una herramienta en el proceso de construcción ciudadana, a fin de que los estudiantes reconozcan las diversas relaciones que establece el ser humano con el manejo de los recursos para el bienestar común e individual; que se formen en la toma de conciencia como sujetos económicos; y que comprendan cómo, en lo local y en lo global, existen dinámicas y prácticas económicas diversas (p. 1).

Las investigaciones anteriores aportan en cuanto se evidencia la necesidad de una formación financiera desde los primeros grados a través de la inclusión en el currículo, buscando la motivación desde el desarrollo de competencias ciudadanas y creando cultura de un buen vivir.

Es importante reconocer que la educación financiera aborda todo un contexto desde las instituciones financieras, gubernamentales, empresas, familias y personas, por ello, es necesario fortalecer los procesos que desde el Estado se han fijado para liderar programas que permitan crear responsabilidades en toda la comunidad, en cuanto al mejoramiento y cuidado del entorno familiar, ecológico y social, fomentando una cultura financiera que ayude al gobierno a cumplir con los lineamientos establecidos, a pesar que este ha transferido parte del riesgo a las entidades

financieras. El sector bancario cuya actividad es administrar y prestar dinero tiene en la tecnología y la conectividad global un gran aliado, y a través de estos medios pueden ofrecer una gama de productos y servicios que conllevan a que muchas personas hagan uso del dinero pero no se han preocupado por aunar esfuerzos en materia de educación financiera con el fin de afrontar los grandes cambios del mercado financiero y de la economía.

En la actualidad se puede deducir que se adolece de una cultura de ahorro y adecuado manejo de los recursos, esto se debe a la falta de información y desconocimiento de una buena educación económica y financiera, por lo cual, las personas pueden tomar decisiones equivocadas que lo llevan a un sobreendeudamiento e inadecuado manejo de las finanzas personales. Se considera que solo el sector financiero ha invertido muchos recursos en difundir una cultura de ahorro, prueba de ello son los proyectos en educación económica y financiera realizado desde bancos como: Bogotá, Colombia, Occidente, Banca Mía, Banco AV VILLAS, Banco Agrario, Banco Popular, entre otros con el lema:



Figura 1. Saber más ser más.

Fuente: <http://www.asobancaria.com/sabermassermas/programas-de-educacion-financiera-de-los-bancos-en-colombia/>

Este programa busca aunar esfuerzos para que todos los ciudadanos conozcan los beneficios y servicios que prestan estas entidades financieras, motivando a que tomen decisiones financieras acertadas, y por ende una cultura de ahorro, además que cada persona adquiera productos financieros y pueda darle un manejo adecuado y responsable.

El programa sería interesante si se unen las instituciones educativas del país y conjuntamente se establecen estrategias, no solo por intereses económicos particulares sino como un importante elemento de estabilidad financiera para evitar inversiones o endeudamientos que parecen ser atractivos pero a largo plazo es posible llevarse una sorpresa, entonces es necesario fortalecer la educación económica y financiera con el ánimo de que consumidores e inversores conozcan conceptos financieros, riesgos y bondades desarrollando habilidades como visión, persistencia, resistencia, y capacidad para asumir riesgos, y además esta formación y acompañamiento será determinante para la generación de una visión financiera, que definan proyectos viables financieramente, utilizar las herramientas adecuadas que brindan el sistema financiero, tomando decisiones adecuadas con el fin de asegurar el éxito de cualquier proyecto que emprendan, esperando mejor la calidad de las finanzas de las familias.

EL CONTEXTO DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

La crisis mundial de los últimos años en especial la vivida en el 2008, donde hubo grandes cambios en el aumento de los precios de las materias primas, crisis crediticia y la elevada inflación, conlleva a que la educación financiera empiece a tener auge y adquiera importancia en el contexto, es así, que a partir de 1960 surge la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico – OCDE de la cual hacen parte países como Chile, México, Australia, Francia, Noruega, Polonia, Estados Unidos, Canadá, entre otros, en el 2018 Colombia hace parte de esta organización solo hace falta la firma protocolaria, entre los lineamientos a cumplir por parte de sus miembros se encuentran:

- Desarrollar habilidades y confianza para adquirir mayor conciencia de riesgos y oportunidades.
- Tomar decisiones informadas y saber dónde pedir ayuda.
- Obtener información, enseñanza y/o asesoramiento
- Comprensión de productos financieros y conceptos de riesgos.
- Proceso de mejora

Como se puede evidenciar a pesar que desde 1960 existen muchos países interesados en articular conocimientos sobre educación financiera, solo en el 2018 Colombia cumple con los requisitos exigidos por la OCDE para hacer parte de la misma.

La educación financiera es importante porque contribuye a:

- La inclusión de las familias en la toma de decisiones financieras.
- La inversión y la financiación serán acertadas si se tiene un conocimiento claro sobre el manejo de finanzas.
- Permite planificar los créditos bancarios desde la responsabilidad del cumplimiento y uso del recurso.
- Crear unas competencias ciudadanas que involucre cultura, cuidado del medio ambiente, sostenibilidad, acertada toma de decisiones siempre y cuando todos los que intervienen en el proceso lo realicen desde el convencimiento

que ciudadano educado desde las finanzas tiene la posibilidad de elegir cuándo ahorrar e invertir en forma segura.

Se puede concluir que mejorar la cultura financiera es responsabilidad de todos, es de vital importancia que las Instituciones educativas la incluyan en los currículos, que hace parte del sistema social, educativo, financiero y económico. Los bajos niveles en Educación Financiera es producto de la falta de articulación entre los entes responsables, en el caso del sector financiero solo les preocupa ubicar sus recursos sin prestar mucha atención al conocimiento que tienen quienes realizan, sobre todo prestamos, sin embargo, la inversión del sector bancario es representativo en este aspecto.

La enseñanza de la educación financiera no debe ser responsabilidad solo del sector bancario, de los colegios, del Gobierno; es un compromiso de todos, empezando por el ahorro de la energía, apertura de cuentas de ahorros, alcancías, que a corto plazo se pueden ver los resultados.

Finalmente, con la educación financiera se pretende cambiar el comportamiento de las personas, pero esto se logra si dan prioridad a las necesidades del entorno, estableciendo programas sencillos, lúdicos y claros donde participe la familia desde temprana edad y no centrarse en determinados sectores de la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Decreto No. 457. (2014). por el cual se organiza el Sistema Administrativo Nacional para la Educación Económica y Financiera, se crea una Comisión Intersectorial y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial Año CXLIX. No. 49083. Marzo 5 de 2014.

Fondo de empleados y afiliados a la salud FOGREMSA (2017). Porque necesitamos la educación financiera. Recuperado de <http://fogremsa.com/noticias/87-educacion-financiera>

Montañez, A. (2012). Diagnóstico del grado de educación financiera en los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10764/MontanezLeonAndres-David2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OCDE. (2018). Colombia y la OCDE, una relación de beneficio mutuo. Recuperado de <https://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/colombia-y-la-ocde.htm>

Urquina, L. (2012). Diagnóstico realizado a los estudiantes de la UNAD CEAD Florencia para determinar la importancia y la pertinencia de recibir educación financiera (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/1112/1/educacion%20financiera.pdf>



17

De reforma en reforma

Ruby Cristina Miranda Julio¹

“Hay en nuestras sociedades enemigos muy espantosos, a saber: la especulación, el agio, la metalización del hombre culto, el negocio; pero sobre éstos descuella un monstruo que a la callada destroza más que ninguno: es la codicia del aldeano”

Benito Pérez Galdóz

RESUMEN

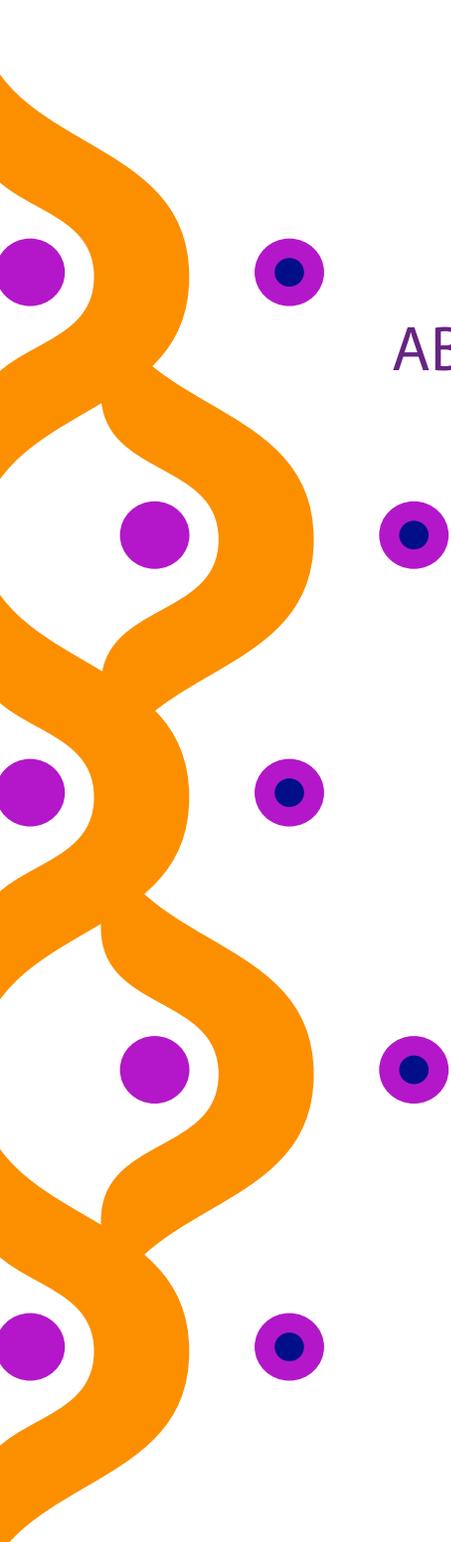
A lo largo de la historia de Colombia se han manifestado varias reformas agrarias cuyo principal objetivo ha sido cambiar la tenencia de la tierra a través del mecanismo de expropiación sin indemnización o a través de compensación a los antiguos propietarios. Esto ha tenido como resultado la aparición de una clase de pequeños y medianos agricultores que desplazan supremacía de los latifundistas.

La tierra es el mayor recurso y debe ser aprovechado. Una verdadera reforma agraria debe concentrarse en una serie de medidas económicas, políticas, sociales y legislativas que permitan transformar la estructura de la propiedad y producción de la tierra, de tal forma que den solución a los problemas de concentración de la propiedad de la tierra concentrada en pocos dueños y la baja productividad agrícola.

Se observa que el desarrollo económico colombiano se ha centralizado en la urbe dejando de lado el campo y más aún ha sido el campo el receptor de los conflictos teniendo como consecuencia una escasa agricultura. Para que exista un cambio estructural debe direccionarse estrategias de crecimiento y desarrollo desde el aporte del sector agrícola y la contribución que entrega cada campesino.

Por eso es necesario darle un nuevo enfoque y precisar las acciones que permitan llegar a una nueva reforma agraria estructural y con ella el desarrollo del agro colombiano.

¹ Economista Universidad de Cartagena, Especialista en Gerencia de Mercadeo Universidad Jorge Tadeo Lozano, Magister en Ingeniería Industrial Universidad del Norte. Docente tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la IU CESMAG. Correo: rcmiranda@iucsmag.edu.co



ABSTRACT

Throughout the history of Colombia several agrarian reforms have been manifested whose main objective has been to change land tenure through the expropriation mechanism without compensation or through compensation to the former owners. This has resulted in the emergence of a class of small and medium farmers displacing the supremacy of large landowners.

The earth is the greatest resource and must be taken advantage of. A real agrarian reform must concentrate on a series of economic, political, social and legislative measures that allow the transformation of the structure of property and production of the land, in such a way that they give solution to the problems of concentration of ownership of concentrated land in few owners and low agricultural productivity.

It is observed that the Colombian economic development has been centralized in the city, leaving aside the countryside and, even more, the countryside has been the recipient of the conflicts, resulting in a scarce agriculture. In order for there to be a structural change, growth and development strategies must be directed from the contribution of the agricultural sector and the contribution made by each farmer. That is why it is necessary to give a new focus and specify the actions that will lead to a new structural agrarian reform and with it the development of Colombian agriculture.

Palabras clave: Reforma agraria, crecimiento económico.

Keywords: Agrarian reform, economic growth.

La tierra es uno de los cuatro factores de la producción, junto con el trabajo, el capital y la tecnología. Incluye no sólo el terreno cultivable si no también el espacio en donde se implementa la infraestructura como edificios, casas, fábricas; de igual forma está conformada por los recursos naturales tales como: minerales, agua, gas natural, fauna y flora.

La tierra reviste gran importancia como factor productivo y su valor depende de la localización, extensión, así como de la calidad del suelo, lo que deriva el potencial de desarrollo en la producción de alimentos en el país. La importancia de la tierra en la economía colombiana se traduce por el aporte al producto interno bruto, siendo la actividad agraria de mayor participación entre cultivos permanentes y transitorios, le sigue en importancia la actividad pecuaria especialmente con la ganadería bovina, y la producción avícola y porcina.

La principal función de la actividad agrícola y pecuaria es la producción de alimentos, que debe hacer frente a las preocupaciones actuales de los ciudadanos en cuanto a precios, disponibilidad, calidad, variedad y seguridad; pero también desempeña otras funciones esenciales para la sociedad como es el desarrollo socio-económico de las zonas rurales, la conservación de paisajes y hábitats, o la protección del medio ambiente a través de métodos de producción sostenibles.

No obstante, es necesario mencionar la existencia de problemas sociales que están relacionados con la tenencia y repartición de tierras y la poca atención de los organismos gubernamentales, lo que ha repercutido en escasa solución a la población que deriva su sustento de las actividades agrícola y pecuaria y que son de vital importancia para la oferta de gran variedad de productos de la canasta familiar.

Para realizar una propuesta de reforma agraria es necesario tener un punto de partida. Para ello basado en la sinopsis presentada por De los Ríos I., Franco, A., (2011). En su artículo: Evolución histórica del concepto de reforma agraria en Colombia se detalla la cronología de los intentos de reformas agrarias acaecidas en Colombia.

Inicia desde la actividad agraria precolombina que va desde los años 1200 a 1498. En esta época la tenencia de la tierra era un derecho de los indígenas, administrado por los caciques o jefes y transmitido por tradición oral. La agricultura se fue desarrollando mediante la utilización de técnicas que permitían aumentar la producción. El paso de una horticultura de raíces a la implementación de cultivos por semillas es un gran paso en el desarrollo de la comunidad primitiva.

Luego del descubrimiento de América y la llegada de los conquistadores 1499 – 1537, la tierra pasa a ser propiedad de la Corona española provocando un mecanismo autoritario para la adquisición de tierras o sea mediante títulos de propiedad de la Corona española, otorgados a descubridores y conquistadores.

El sistema que utilizó España para repartir la tierra de las zonas conquistadas fue la figura de las capitulaciones otorgando a los conquistadores autoridad sobre ciertas regiones y como contraprestación explotar la tierra produciendo bienes agrícolas y ganaderos.

Lo anterior, proporciona las bases para que se presente los primeros mecanismos de apropiación de tierras 1538-1779 a través de las conocidas cédulas reales de la Corona española.

Sin embargo, para los años de 1780 - 1935 estos títulos de propiedad deben ser regidos por leyes adquiriendo valor el trabajo de la tierra, su ocupación permanente y la protección de los indígenas.

No obstante, la distribución de tierras fue de manera autoritaria viéndose favorecidos los militares, políticos, y personas influyentes de la vida política, ocupando gran parte del territorio aumentando la desigualdad.

El avance de la sociedad civil conlleva a perfeccionar las leyes de tierras y es así como se adopta la Ley 200 de 1936 siendo la plataforma jurídica que permitió la expropiación de terrenos baldíos y su respectiva redistribución con fines de explotación económica. Esta reforma realizada en el gobierno de Alfonso López Pumarejo estaba centrada en la debida utilización del suelo, definiéndose así la identificación de terrenos baldíos, seleccionando las tierras no usadas para repartirla a quienes no tenían tierra, para ello se creó la figura de extinción de dominio.

Posterior a ello aparece la Ley 100 de 1944 como mecanismo para la recuperación y redistribución de tierras, en el que la figura o relación de aparcería pretende impulsar la productividad de la tierra y eliminar la desigualdad para acceder a los medios productivos.

Ya para los años 1962-1967 con el establecimiento de la Ley 135 de 1961 en el

gobierno de Alberto Lleras Camargo, se puede observar una mayor Organización Institucional y es cuando se instaura el Instituto Colombiano de Reforma Agraria INCORA, siendo esta la entidad del Estado encargada de promover el acceso a la propiedad rural y su ordenamiento social, ambiental y cultural para propiciar el desarrollo productivo sostenible de la economía campesina, indígena y negra, mediante la redistribución democrática de la propiedad, la conformación de empresas básicas agropecuarias y el fomento a los servicios complementarios de desarrollo rural. Así mismo, para esta época se organizó la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos ANUC que tendría representación en todas las agencias agrarias del Gobierno y que presionaría por acelerar las titulaciones de tierras y por la prestación de los apoyos requeridos para que las nuevas unidades de producción prosperaran.

Esta reforma se constituyó como un aporte, logrando equidad en la propiedad de las tierras, recibiendo un apoyo posterior en el gobierno de Carlos Lleras Restrepo.

La consolidación institucional 1968-1972 permite la implementación de la Ley 1ª de 1968 conocida como la Ley de arrendamientos y aparceros, cuyo mecanismo para la redistribución de tierras consistió en la posibilidad para que el factor humano como actor que opina, pueda dar a conocer la problemática agraria ante el Gobierno.

Las Leyes 4 y 5 de 1973 están ligadas al acceso de medios de financiación para el emprendimiento de proyectos agropecuarios y estrategias que conllevaron a la creación del Desarrollo Rural Integrado DRI.

Bajo el Pacto de Chicoral, donde la oligarquía liberal-conservadora permitió que los terratenientes reaccionaran con el fin de conservar sus tierras, conllevó a que la reforma llegara a su fin, dando inicio a una nueva forma de explotar la tierra, esto obstaculizó los procesos de expropiación que adelantaba el Instituto Colombiano de la Reforma Agraria INCORA.

La Restructuración institucional 1983-1987 con la Ley 35 de 1982 articulada a planes del Estado que afrontan problemáticas sociales actuales con origen agrario (guerrilla, desplazamiento forzado, cultivos ilícitos y narcotráfico), y por tanto, dio prioridad de actuación en las zonas donde se presentan.

El impulso institucional hacia el mercado de tierras 1988-1993 con la Ley 30 de 1988 desarrolla un mecanismo para la adquisición de tierras a través de la compra institucional de tierras y su redistribución a los campesinos sin tierra.

Para los años 1994 - 2002 con la Ley 160 de 1994 se presenta el mercado de tierras, es decir, mediante la compra directa de tierras por parte de los campesinos, subsidiada de forma parcial por el Estado y mediada por la acción institucional del INCORA.

La Ley 1152 de 2007 corresponde a un nuevo cambio institucional apareciendo el – INCODER 2003- 2010 como institución que coordina la tenencia de la tierra. En esta etapa se mantiene el mercado de tierras, sin embargo, varían las condiciones en las que se subsidia de forma total o parcial por el Estado.

La actual propuesta sobre una Reforma Rural Integral RRI concertada en el marco de los acuerdos de paz que sostuvieron el gobierno y las antes denominadas FARC en el marco de las conversaciones de la Habana Cuba, parte de tres pilares que son: la inclusión del campesinado, la integración de las regiones y la seguridad alimentaria. Teniendo en cuenta aspectos como las causas y efectos del conflicto armado, como la concentración en la propiedad de la tierra y el atraso rural. Para lograrlo acuden a mecanismos que van desde la restitución de la tierra a sus verdaderos dueños hasta su uso adecuado. Esto permitiría la formalización de la propiedad y su distribución equitativa. Además, en esta reunión se definieron instrumentos como la creación del banco de tierras y la habilitación de nuevas zonas de reserva campesina, así como subsidios y estímulos para la inversión rural. El Estado se compromete a

financiar y promover planes de desarrollo rural para proveer infraestructura, salud, asistencia técnica, educación, alimentación y recreación.

De todo lo anterior se puede observar que a lo largo de la historia económica colombiana se han aplicado diversos intentos de reforma agraria y cada una de ellas se han aplicado, según las conveniencias de cada Gobierno. El resultado sigue siendo la pobreza en el campo.

El fracaso de las reformas agrarias en Colombia, está ligado también a la carencia de decisiones políticas para modificar los factores de poder al interior de la estructura agraria, y para facilitar y promover el ascenso social y político de los pobladores rurales. No se ha tenido en cuenta la incorporación del campo hacia una modernización dentro de una democracia participativa, y con alternativas de empleo e ingresos rurales que garanticen un aumento en el bienestar, que permitan desestimular los flujos migratorios del campo a la ciudad.

Una verdadera Reforma Agraria debe convertirse en una estrategia para el desarrollo del campo, de tal forma que debe entregarse la propiedad rural de la tierra, garantizando los derechos de propiedad del campesino. Se debe procurar una transformación de las estructuras políticas y sociales en el campo, otorgando igualdad de condiciones para los habitantes rurales y urbanos, de tal forma que el campesino pueda contar con centros educativos competitivos que permitan la llegada de la innovación y la tecnología, apoyada a redes sociales organizadas, incluyendo un presupuesto participativo y administrado por entidades públicas eficientes y donde no exista la corrupción. Así mismo, se debe procurar las estructuras de la comercialización de productos agrícolas, especialmente en perecedero aumentando los márgenes de comercialización y realizando cambios en la estructura exportadora del país.

De tal forma que se debe pensar en una verdadera reforma sin tinte político dejando la centralización y buscando el manejo eficiente de los recursos, se debe pensar en desburocratizar los aparatos del Estado y aplicarles mecanismos de rendición de cuentas, minimizar los costos de transacción en operaciones con pequeños productores, fortalecer el derecho de propiedad y adecuar los mecanismos de apoyo para el desarrollo de la agricultura y hacerla una actividad rentable y segura.

Por lo anterior, se hace necesario realizar las gestiones de orden político y económico en el sector agropecuario, con el fin de optimizar y racionalizar el uso del suelo dando respuesta a la seguridad y soberanía alimentaria del país. Es necesario cambiar el esquema organizacional que hoy en día tiene el Estado y fijar los ojos en el campo Colombiano, lugar que goza de gran variedad en flora y fauna debido a su preferencial situación geográfica. Lo que se requiere es un enfoque más armónico entre la agricultura y la agroindustria ahora constituida en el eslabón más fuerte.

De darse estos cambios puede augurarse un incremento en la producción agrícola y pecuaria y en la medida que existan mecanismos que reconozcan la restitución de tierras y una verdadera reforma agraria permitirá una mayor contribución del sector agropecuario a la economía del país. La agricultura es un sector estratégico que va desde la seguridad alimentaria, hasta la generación de divisas, pasando por la solución de los problemas sociales. De allí la importancia de situar esta actividad más en lo social y lo político que en lo económico.

La relevancia de la tenencia de la tierra y su debida explotación con miras al crecimiento y desarrollo de la economía colombiana debe estar en el marco de acciones como son:

- Tributación predial adecuada
- Desestimular el uso inadecuado de la tierra, con herramientas tributarias y redistributivas

- Estimular opciones de uso de los derechos de propiedad como los arriendos de largo plazo que faciliten las inversiones prediales a los no propietarios y su recuperación en el tiempo
- Reconstruir la propiedad para crear núcleos de acumulación en pequeña escala y, como excepción, economías de subsistencia.
- Frenar la expansión de las economías de subsistencia producida por programas redistributivos, para evitar la formación de más pobres en el campo.
- Crear estímulos para desarrollar y fortalecer la mediana propiedad empresarial eficiente que cumpla normas sociales y ambientales.
- Priorizar la entrega de tierras y otros activos, así como los subsidios cuando ello sea necesario, seleccionando rigurosamente a los beneficiarios.
- Los procesos de reforma rural deben conducir a crear áreas geográficas de reforma para evitar la dispersión y facilitar la formación de economías de escala, tanto en la prestación de servicios como en la formación de organizaciones y el desarrollo de capital social.
- Utilizar sin contemplaciones el mecanismo de extinción de dominio a las tierras adquiridas con capitales ilícitos para efectos de la reforma rural y el desarrollo de una estructura agraria multimodal, donde grandes, medianos y pequeños productores agrarios puedan articularse en negocios y propuestas conjuntas de desarrollo rural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

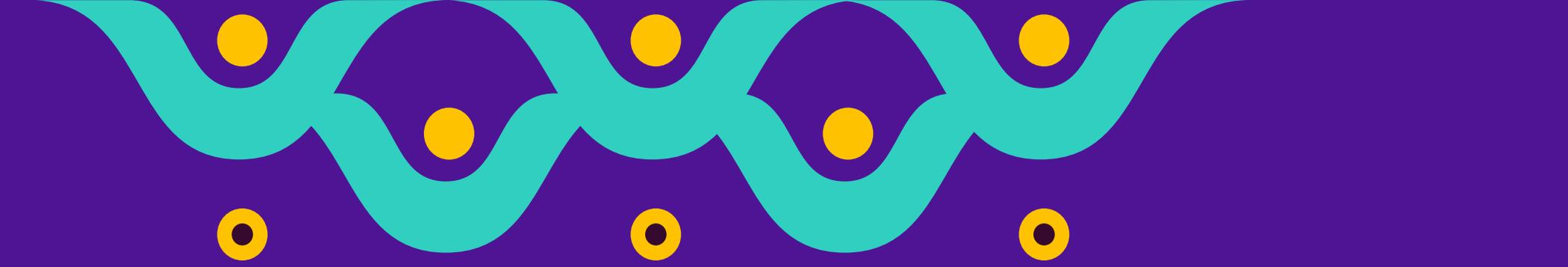
Franco, A., De los Ríos, I.(2011). Reforma agraria en Colombia: evolución histórica del concepto. Hacia un enfoque integral actual. Cuadernillo. Desarrollo. Rural. 8 (67): 93-119.



18

Las TIC como agregado clave en la contabilidad de **las empresas del municipio** de Túquerres, 2018

*Carlos Andrés Pantoja Ruano¹
Deixy Ximena Ramos Rivadeneira²*



RESUMEN

La contabilidad es sin duda, una herramienta a la que día a día se le ha ido otorgando un mayor grado de relevancia por el papel tan determinante que desempeña en el tejido empresarial. Sin embargo, a raíz del devenir de un mundo cada vez más evolucionado y globalizado es evidente que desde este campo se requiere contar con procesos contables adaptados exitosamente a los avances y nuevas tecnologías de la información y comunicación para dar cumplimiento con los requerimientos de información de los diferentes usuarios en tiempo real. Bajo ese orden de ideas, la presente investigación le apuesta a ahondar sobre el nivel de inclusión de las TIC en los procesos contables de las organizaciones del Municipio de Túquerres, intentando identificar su uso, aplicación e importancia atribuida al factor tecnológico dentro del sistema contable.

Palabras clave: Contabilidad, TIC, informática, avances.

Keywords: Accounting, TIC, computing, advances.

ABSTRACT

Accounting is undoubtedly a tool that has been given a greater degree of relevance day by day because of the very important role it plays in the business sector. However, as a result of the evolution of an increasingly evolved and globalized world, it is evident that from this field it is necessary to have accounting processes successfully adapted to advances and new information and communication technologies to comply with the information requirements of the different users in real time. Under this order of ideas, this research is committed to delving into the level of inclusion of ICT in the accounting processes of the companies of the Municipality of Túquerres, trying to identify their use, application and importance attributed to the technological factor within the accounting system.

- ¹ Magíster en Gerencia y Auditoría Tributaria y Especialista en Derecho Tributario, Docente Investigador del programa de Contaduría Pública, Institución Universitaria Cesmag, Grupo de investigación Sinergia Contable, correo: capantoja@iucsmag.edu.co
- ² Ingeniera de Sistemas, Especialista en Gerencia Informática, Magíster en Gestión de la Tecnología Educativa, Docente Investigadora del programa de Contaduría Pública, Institución Universitaria CESMAG, Investigadora del grupo de investigación Modelos Pedagógicos y Grupo de investigación Luca Paccioli, Correo: dxramos@iucsmag.edu.co

LA CONTABILIDAD DESDE UNA MIRADA GENERAL

La contabilidad es un sistema de información integral y de vasta relevancia en el seno de cualquier organización, ya que además de permitir el análisis de las diferentes variables que inciden en su entorno, hace posible que los usuarios de la información dispongan de datos sistemáticos y cronológicos de las operaciones generadas durante un periodo de tiempo determinado.

La Contabilidad es un sistema de información compuesto por cuatro elementos, Un Emisor (Contador Público); Un Medio (canal por donde se dirige el mensaje); El Mensaje (es el conjunto de datos que producen información) y los Usuarios (son aquellos receptores, denominados partes de interés). En este caso, la tecnología afecta el Medio por el cual circulan los datos para producir información y posteriormente conocimiento, pero la Contabilidad va más allá, es: un sistema de información, que captura, procesa, almacena y distribuye un tipo particular de datos, la información financiera, jurídica y socio-económica, vital para la correcta toma de decisiones en la empresa. O mas avanzado; un sistema de información y comunicación para la toma de decisiones de las partes de interés, por consiguiente, interactúan canales de comunicación; en su mayoría redes. (Flórez, 2006, p.6)

Como puede denotarse, la contabilidad es un tema que ha estado presente no sólo en la vida empresarial sino también en lo personal, ya que siempre ha existido la necesidad de llevar control y registro de los sucesos económicos y/o monetarios. De esta manera, se podría decir que, la contabilidad es una actividad tan antigua como la propia humanidad, el hombre antes de conocer la escritura ha necesitado llevar cuentas, guardar memoria y dejar constancia de los bienes que recolectaba y poseía; de ahí que esta ciencia a través del tiempo se ha ido perfeccionando, con el fin de llevar un mayor control que a su vez permita una adecuada toma de decisiones, tal como se observa a continuación:

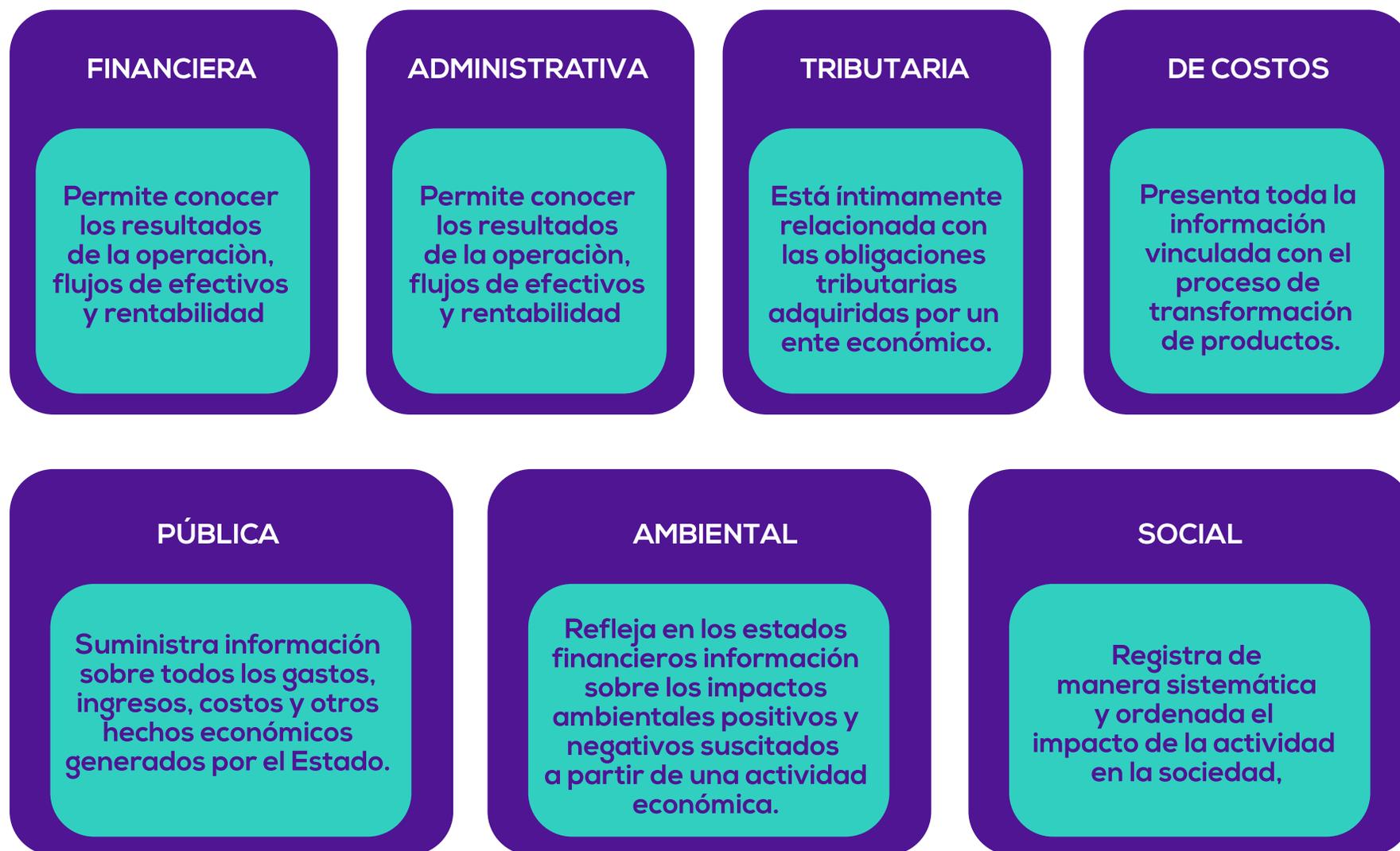


Figura 1. Clasificación de la contabilidad

Ahora bien, la contabilidad en Colombia durante los últimos años ha venido presentando una serie de cambios producto del proceso de la apertura contable y de la reestructuración en la forma de presentar la información financiera originada tras la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF. Cabe mencionar que tal modernización de la estructura técnico contable se gesta mediante la expedición de la Ley 1314 de 2.009 y sus decretos reglamentarios, ya que con esta normativa se interviene la contabilidad financiera y con ella se inaugura una nueva era en este ámbito, que implica grandes exigencias, pero también muchas ventajas hacia futuro.

En ese sentido resulta acertado señalar que, en condiciones actuales la contabilidad financiera cobra un papel de mayor trascendencia no solo a la hora de resumir, analizar y presentar la información relacionada con la empresa, sino también que, gracias a ella, se hace posible materializar una toma de decisiones efectiva y eficiente que a futuro puede traducirse en la generación de mayores y mejores beneficios económicos.

Sin embargo, tal como lo expresa Tene (2017) en su investigación:

El impacto y la subjetividad que tienen la contabilidad está supeditada en la interacción de las empresas y el entorno, de esta manera la evolución entonces genera un marco de trabajo sustentado en el sistema de información que se puede transmitir. De esta manera debido a los cambios y la evolución de la humanidad se ha determinado que la contabilidad ha tenido que enfrentar problemas de adaptación a los entornos, que hasta la actualidad han sido complejos (p.6).

IMPORTANCIA DE LAS TIC EN EL CAMPO CONTABLE

Para nadie es un misterio que, “la tecnología se ha vuelto el principal instrumento de comunicación que permite que el proceso contable sea más dinámico y eficiente, para así tomar decisiones bajo una sistematización organizacional debidamente estructurada” (Tene, 2017, p.12).

Bajo ese razonamiento, la informática le permite un ahorro significativo de tiempo al Contador Público en tareas de clasificación y registro de datos que finalmente no constituyen funciones finales de la contabilidad, liberándolo de esta fase del proceso, lo que le permite encargarse de otras cosas como el análisis y la interpretación de la información que brindan los programas informáticos (Padrón Villalobos Consultores, 2014), concluyendo las siguientes consideraciones:

(...)la informática le brinda al contador destrezas en el uso de paquetes y programas informáticos, lo que conlleva a un análisis y síntesis de la información, capacidad de razonamiento, capacidad de percepción en las operaciones cotidianas de la empresa para lograr máxima eficiencia y cumplimiento de metas y habilidad de visualizar a la empresa como una unidad. Gracias a la informática, la contabilidad se puede aplicar en todo tipo de empresa, en organizaciones del Estado y en entidades sin ánimo de lucro, convirtiéndose ésta en una poderosa herramienta de información. El uso de la informática le permite al Contador, vivir

siempre al tanto de las necesidades que demanda la sociedad, el mercado, la empresa y entre otros, por ello no solo hay que aprender informática dentro de la carrera, sino que por ella, hay que ir actualizándose continuamente, porque es de gran importancia las bases que los sistemas le brindan al contador. La informática brinda soporte para el desempeño laboral por medio de Software, como por ejemplo, EXCEL, ACCES, y Paquetes Contables, que permiten simplificación y rapidez en el trabajo, además, le permite llevar la información ordenada y siempre a tiempo, siendo ésta, un muy buen sistema de información. Considerando finalmente, que la informática es fundamental en la formación integral de todo Contador Público, porque le brinda herramientas primordiales en el desarrollo de su vida profesional, permitiéndole una actualización constante a los cambios de la sociedad, y a optimizar su trabajo, dándole oportunidades de desempeñarse en cargos altos dentro de una organización, siendo éste, clave en la interpretación, análisis y toma de decisiones dentro de la entidad (45).

Partiendo de lo anteriormente expuesto, es necesario que en la formación académica recibida por los futuros profesionales de Contaduría Pública se implementen procesos informáticos relacionados con sus áreas de conocimiento, donde tanto los profesores como los estudiantes internalicen la necesidad de la aplicación de los avances tecnológicos existentes, lo que le permitirá ahorrar tiempo que puede ser aplicado en los análisis que deben ser llevados a cabo para la toma de decisiones dentro de la organización (Luciani, 2013).

Por lo tanto, es oportuno que en el currículo de formación profesional para un Contador Público se tenga en cuenta enfoques basados en la solución de problemas que conlleven a estos futuros profesionales a ser reflexivos, autónomos, críticos, capaces de poseer, interpretar, usar el conocimiento y de participar en nuevos modelos de producción intelectual (Márquez, 2008).

Según la Federación Internacional de Contadores (IFAC), como menciona el estudio de Wessels (2005) un contador debe poseer conocimiento en áreas como: Contabilidad y finanzas, conocimiento organizacional y de negocios y conocimiento en competencias de Tecnologías de la Información (TI), donde el uso de la tecnología no debería considerarse un reto o un agregado dentro de la profesión contable sino como algo fundamental que conlleve al fortalecimiento de habilidades en (Wessels, 2005):

- Habilidades para automatización de negocios como usuario de TI, uso de sistemas operativos, procesador de texto, hojas de cálculo, software de presentaciones, herramientas de internet, herramientas de investigación, software procesadores de imágenes.
- Habilidades administrativas como usuario de TI, uso de bases de datos, búsqueda en bases de datos, software contable, software de administración del tiempo, etc.
- Habilidades de auditoría: El contador como usuario y evaluador de TI, uso de papeles electrónicos de trabajo, software de auditoría, prueba de datos, software de simulación, modelación de datos (diagramas de flujo), módulos de auditoría (programas).

•H<!-- Generator: Adobe Illustrator 22.1.0, SVG Export Plug-In -->

<svg version="1.1"

xmlns="http://www.w3.org/2000/svg" xmlns:xlink="http://www.w3.org/1999/xlink" xmlns:a="http://ns.adobe.com/AdobeSVGViewerExtensions/3.0/"

x="0px" y="0px" width="389px" height="180.1px" viewBox="0 0 389 180.1" style="enable-background:new 0 0 389 180.1;"

REALIDAD EN LAS EMPRESAS TUQUERREÑAS FRENTE AL USO DE LAS TIC EN LA CONTABILIDAD

En primer lugar es importante destacar que el tejido empresarial de este municipio según el Censo Económico Empresarial Adelantado por la Cámara de Comercio de Pasto, seccional Túquerres, se encuentra conformado en una gran proporción por microempresas, existiendo 741 empresas de esta índole. (Alcaldía Municipal de Túquerres, 2016). De este modo, este tipo de organización se considera uno de los más dinámicos y diversos, puesto que gracias a esta modalidad de asociatividad se generan oportunidades para mejorar aspectos como la empleabilidad, incremento de los ingresos y la sostenibilidad de sus habitantes.

Pero adentrándose en la estructura interna de la empresa tuquerreña se ha podido evidenciar a partir de averiguaciones y técnicas como la observación, que por lo general estas microempresas se caracterizan por ser de tipo familiar y los conocimientos bajo los cuales se desarrollan los procesos se basan en la experiencia adquirida por sus propietarios. Respecto al componente contable el común denominador consiste en llevar registros de las operaciones de manera rudimentaria y en algunos casos contratan a un profesional de la Contaduría Pública sólo para que se encargue de las obligaciones fiscales o tributarias. Lo anterior sucede, en gran medida, porque las organizaciones aun no comprenden que deben fortalecer y perfeccionar sus procesos, especialmente los de índole financiero y contable.

Ahora bien, en cuanto al factor tecnológico aplicado al campo contable es acertado señalar que prevalece un nivel bajo en su uso, lo cual contrasta con la realidad que existe en torno a la disciplina contable.

CONCLUSIONES

La contabilidad se cataloga como un instrumento valioso dentro de las organizaciones que ayuda a clasificar, organizar y registrar todas las operaciones en las que incurre un ente económico.

El reto actual de la ciencia contable frente al fenómeno de la globalización es monumental, siendo urgente que se incluya el factor tecnológico e innovador en la formación profesional de quienes desean intrudirse a la rama de la Contaduría Pública.

Son muchas las empresas del Municipio de Túquerres que no poseen un componente contable bien estructurado y definido, por tal razón, es de vital relevancia que se gesten apuestas investigativas y procesos de formación dirigidos a los empresarios para que logren comprender las ventajas y beneficios que se derivan de manejar una contabilidad bajo estándares de calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaldía Municipal de Túquerres. (2016). Plan de Desarrollo Territorial “Contigo Somos Más” 2016-2019.

Floréz, M. (2006). Era digital, la nueva realidad del Contador Público. *Adversia Revista virtual de estudiantes de contaduría pública*. Universidad de Antioquia, Colombia.

Luciani, L. (2013). Importancia del uso de las tecnologías en la formación académica del Contador Público. *Actualidad Contable Faces*, 16(27), 4–14.

Márquez, M. (2008). El desempeño docente de los Contadores Públicos a la luz de la sociedad del conocimiento. *Actualidad Contable FACES*, 11(17), 40–56.

Padrón Villalobos Consultores. (2014). La importancia de la informática en la contaduría. Retrieved from <http://padronvillalobos.com/la-importancia-de-la-informatica-en-la-contaduria/>

Tene, A. (2017). Las aplicaciones móviles o App en la Contabilidad del Siglo XXI. Facultad Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

Wessels, P. (2005). Critical information and communication technology (ICT) skills for professional accountants. *Meditari Accountancy Research*, 3(1), 87–103.



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
CESMAG

* IES SUJETA A INSPECCIÓN Y VIGILANCIA POR EL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

HORIZONTES

EMPRESARIALES